



**UNIVERSIDAD ANDINA**  
**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**



**CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE**  
**JULIACA, 2023**

TESIS PRESENTADA POR:  
**Bach. RONY ABEL AGUILAR APAZA**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

JULIACA - PERÚ  
2024



**UNIVERSIDAD ANDINA**

**NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE  
JULIACA, 2023**

**TESIS PRESENTADA POR:**

**Bach. RONY ABEL AGUILAR APAZA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**APROBADA POR EL JURADO REVISOR:**

**PRESIDENTE**

:

Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE

**PRIMER MIEMBRO**

:

Dr. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

**SEGUNDO MIEMBRO**

:

Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA

**ASESOR DE TESIS**

:

Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 – UNESCO)**



**RESOLUCIÓN N.º 0703-2024-D-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 25 de junio 2024

**VISTOS:**

El Expediente **2024-CU-7270** de fecha **13-06-2024** de **RONY ABEL AGUILAR APAZA**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023** conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

**CONSIDERANDO:**

**Que**, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

**Que**, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**Y estando**, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO** para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller **RONY ABEL AGUILAR APAZA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

**ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS** para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

* PRESIDENTE	: Dr. BENIGNO CALLATA QUISPE
* Primer miembro	: Dr. Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO
* Segundo miembro	: Dr. ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
* Asesor	: Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA

**ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA** de sustentación como se detalla:

* Lugar	: Salón de Grados y Títulos
* Fecha	: viernes 28 de junio de 2024
* Hora	: 11:30 am

**ARTICULO CUARTO. – DISPONER** que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretarías Académicas y Administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA  
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
*Benigno Callata Quispe*  
Dr. Benigno Callata Quispe  
DECANO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



#### RESOLUCIÓN N.º 1313-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 30 de noviembre de 2023

#### VISTOS:

El oficio N° 111-2023-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual remite propuestas de investigación para emisión de resolución de aprobación y autorización de ejecución de la propuesta de investigación, respecto al expediente CU-16269, presentado por: **RONY ABEL AGUILAR APAZA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

#### CONSIDERANDO:

Que, el(la) egresado(a): **RONY ABEL AGUILAR APAZA**, ha presentado propuesta de investigación de acuerdo al Artículo 21° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, mediante Resolución N° 015-2023-CF-CA-UANCV-J se aprueba la nominación del nuevo Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de Juliaca, a partir del 05 de octubre de 2023, hasta el 31 de diciembre 2023 para los docentes ordinarios y hasta el 07 de diciembre de 2023, para los docentes contratados, conformado por los docentes: Dr. Roberto Payé Colquehuanca (docente ordinario), Dr. Robbins Flores Aguilar (docente ordinario), Dr. Juan Mauricio Pilco Churata (docente contratado), Mg. Jhon Alex Quispe Mejia (docente contratado).

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha remitido al Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas el expediente CU-16269, presentado por: **RONY ABEL AGUILAR APAZA**, en el cual presenta propuesta de investigación intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, la revisión de la propuesta de investigación ha sido realizado el 29 de noviembre de 2023, por el docente: Mg. **JHON ALEX QUISPE MEJIA**, integrante del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, quien ha dictaminado: **opinión favorable**, en el formato correspondiente.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, solicita emisión de Resolución de aprobación y autorización de ejecución de la propuesta de investigación intitulado: **CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023**, presentado por: **RONY ABEL AGUILAR APAZA** para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

*Handwritten signature and date: P. 02/12/23*



RESOLUCIÓN N.º 1313-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 30 de noviembre de 2023

Estando, en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a al Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas;

**SE RESUELVE:**

**PRIMERO:** Aprobar y autorizar la ejecución de la propuesta de investigación, presentado por el(la) egresado:

Nombres y Apellidos:	RONY ABEL AGUILAR APAZA
Título de la propuesta de investigación:	CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023
Para optar el título profesional de:	LICENCIAD.º EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Asesorado por el docente:	Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA

**SEGUNDO:** La ejecución de la propuesta de investigación deberá realizarse de acuerdo a lo establecido en el Artículo 26° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R

**TERCERO:** DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración Negocios y Internacionales, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"  
  
 Dr. Benigno Callata Quispe  
 DECANO  
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:  
- Unidad de Investigación (1)  
- Asesor  
- Interesado (1)  
- Archivo FCA (1)



INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	8%
2	Submitted to North Eastern Regional Institute of Science and Technology Trabajo del estudiante	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	www.tdx.cat Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	ecotec.edu.ec Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.utelesup.edu.pe Fuente de Internet	<1%



### Metadatos Complementarios



<b>Título de la tesis</b>	
<b>CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023</b>	
<b>Datos de autor</b>	
Nombres y apellidos	RONY ABEL AGUILAR APAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70163174
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0009-0000-3926-6656">https://orcid.org/0009-0000-3926-6656</a>
<b>Datos de asesor</b>	
Nombres y apellidos	APOLINAR FLOREZ LUCANA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02291995
URL de ORCID	<a href="https://orcid.org/0000-0002-6283-8832">https://orcid.org/0000-0002-6283-8832</a>
<b>Datos del jurado</b>	
<b>Presidente del jurado</b>	
Nombres y apellidos	BENIGNO CALLATA QUISPE
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	01693080
<b>Miembro del jurado 1</b>	
Nombres y apellidos	SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
<b>Miembro del jurado 2</b>	
Nombres y apellidos	ROBERTO PAYÉ COLQUEHUANCA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02145441



Datos de investigación	
Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS (5311 – UNESCO)
Grupo de investigación	No aplica
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	Quinta Candelaria Salón de Eventos, Jirón los Milagros 497 Coordenadas geográficas Latitud: 15.497696959435237 Longitud: 70.13831600031942 País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Obligatorio. Octubre 2023 - junio 2024
URL de disciplinas OCDE	<b>5.02.04 – Negocios, Administración</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</a>  <b>5.06.03 - Teoría organizacional</b> <a href="https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.03">https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.03</a>

UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLEROS  
**MESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ**  
 DIRECCIÓN  
 UNIDAD DE  
 INVESTIGACIÓN  
 JULIACA - PUNO  
 Dr. Sr. **Victorino Aguilar Pinto**  
 DIRECTOR  
 UNIDAD INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo RONY ABEL AGUILAR APAZA, identificado con DNI Nro. 70163174 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la  Tesis o  Trabajo de Investigación,  Trabajo Académico denominada:

" CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023 "

Asesorado por: DR. APOLINAR FLOREZ LUCANA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 12 de SEPTIEMBRE del 2024

[Firma]  
FIRMA ASESOR

[Firma]  
FIRMA TESISISTA

[Huella]  
Huella



## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis queridos padres, ellos han sido mi principal motor de inspiración y el sostén inquebrantable durante todo este recorrido académico. Su amor, sacrificio y aliento constante han sido la fuerza impulsora detrás de cada paso que he dado. Agradezco profundamente su infinita paciencia y comprensión.

A mi excepcional asesor de tesis, Apolinar Florez Lucana, por su mentoría experta, sabiduría y guía clara y acertada durante todo este proceso. Sus sugerencias y observaciones han sido esenciales para dar forma a este trabajo y llevarlo a buen término.

A todo el equipo de La Quinta Candelaria, cuya colaboración y compromiso con la excelencia en el servicio han sido ejemplares. Su apertura para transmitir sus saberes y vivencias ha enriquecido enormemente este estudio y ha contribuido a su calidad y relevancia.



## AGRADECIMIENTO

Quiero manifestar mi más profundo agradecimiento a la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de Juliaca por el invaluable apoyo y la formación académica que me han brindado a lo largo de mi carrera. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo constante y el compromiso de esta prestigiosa institución.

Un agradecimiento especial va dirigido a los docentes de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales. Su dedicación, conocimientos y orientación han sido esenciales para mi desarrollo académico y profesional. Cada clase, cada consejo y cada desafío planteado por ustedes han contribuido significativamente a mi crecimiento y a la consecución de este logro.



## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema .....	13
1.2. Formulación del problema .....	16
1.2.1. Problema general .....	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. Justificación del estudio .....	17

### CAPÍTULO II

#### OBJETIVOS

2.1. Objetivo general.....	20
2.2. Objetivos específicos .....	20

### CAPÍTULO III

#### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación .....	22
---	----



3.1.1. Antecedentes Internacionales..... 22

3.1.2. Antecedentes nacionales..... 26

3.1.3. Antecedentes locales..... 30

**3.2. Bases teóricas..... 34**

3.2.1. Calidad de servicio ..... 34

3.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio..... 36

**3.3. Marco conceptual. .... 39**

**CAPÍTULO IV**

**HIPÓTESIS Y VARIABLES**

**4.1. Hipótesis general ..... 41**

**4.2. Variables ..... 41**

**4.3. Operacionalización de variables ..... 42**

**CAPÍTULO V**

**PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN**

**5.1. Enfoque de investigación..... 43**

**5.2. Métodos aplicados a la investigación ..... 43**

**5.3. Tipo de Investigación ..... 44**

**5.4. Nivel de investigación ..... 44**

**5.5. Diseño de investigación ..... 44**

**5.6. Población y Muestra ..... 44**

5.6.1. Población ..... 44

5.6.2. Muestra..... 44



**5.7. Técnicas e instrumentos ..... 46**

5.7.1. Técnica..... 46

5.7.2. Instrumento..... 46

**5.8. Confiabilidad y validez del instrumento..... 46**

5.8.1. Confiabilidad ..... 46

5.8.2. Validez..... 48

**5.9. Procedimiento de tratamiento de datos ..... 48**

**5.10. Contrastación de hipótesis ..... 48**

**CAPÍTULO VI**

**RESULTADO Y DISCUSIÓN**

**6.1. Presentación de resultados ..... 50**

6.1.1. Niveles de calidad de servicio..... 50

**6.2. Discusión de resultados..... 63**

**CONCLUSIONES ..... 68**

**RECOMENDACIONES ..... 71**

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 75**

**Matriz de consistencia..... 79**

**Matriz de Datos ..... 81**

**Instrumento(s) de investigación..... 83**

**Hoja de validación del instrumento..... 86**

**Evidencias fotográficas..... 88**



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Operacionalización de Variables</i> .....	42
<b>Tabla 2</b> <i>Estadísticas de Fiabilidad</i> .....	47
<b>Tabla 3</b> <i>Resultados estadísticos para el nivel de Calidad de Servicio en la quinta la candelaria de Juliaca, 2023</i> .....	49
<b>Tabla 4</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de calidad del servicio</i> .....	50
<b>Tabla 5</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca,2023. Según el nivel de Fiabilidad</i> .....	52
<b>Tabla 6</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de responsabilidad</i> .....	53
<b>Tabla 7</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Empatía</i> .....	55
<b>Tabla 8</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Tangibilidad</i> .....	56
<b>Tabla 9</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Capacidad de Respuesta</i> .....	58
<b>Tabla 10</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Credibilidad</i> .....	59
<b>Tabla 11</b> <i>Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Accesibilidad</i> .....	61



## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Niveles de calidad del servicio</i> .....	51
<b>Figura 2</b> <i>Niveles de Fiabilidad</i> .....	52
<b>Figura 3</b> <i>Niveles de Responsabilidad</i> .....	54
<b>Figura 4</b> <i>Niveles de Empatía</i> .....	55
<b>Figura 5</b> <i>Niveles de Tangibilidad</i> .....	57
<b>Figura 6</b> <i>Niveles de Capacidad de Respuesta</i> .....	58
<b>Figura 7</b> <i>Niveles de Credibilidad</i> .....	60
<b>Figura 8</b> <i>Niveles de Accesibilidad</i> .....	61



## RESUMEN

El propósito de la investigación fue conocer la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023. Se utilizó un enfoque cuantitativo y el método deductivo, clasificando el estudio como aplicado y descriptivo no experimental. La población total fue de 21,600 clientes, de los cuales se seleccionó una muestra de 378, elegidos según criterios predefinidos. La información se recopiló mediante encuestas y se analizó con el programa SPSS. Las evidencias revelaron que el 57.4% de los clientes estaban "De acuerdo", indicando una percepción mayoritariamente positiva del servicio. El análisis estadístico reveló un valor chi-cuadrado de 457.556 con 56 grados de libertad y un p-valor de 0.000, lo que confirma la validez de la prueba. No se encontraron frecuencias esperadas menores a 5, y el instrumento de medición demostró una alta consistencia interna con un Alfa de Cronbach de 0.894. En conclusión, los resultados evidencian una asociación significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes en la Quinta La Candelaria durante 2023.

**Palabra clave:** calidad de servicio, percepción del cliente, evaluación



## ABSTRACT

The objective of the research was to know the quality of service at Quinta La Candelaria in Juliaca in 2023. A quantitative approach and the deductive method were used, classifying the study as applied and descriptive, non-experimental. The total population was 21,600 clients, of which a sample of 378 was selected, chosen according to predefined criteria. The information was collected through surveys and analyzed with the SPSS program. The evidence revealed that 57.4% of customers "Agree", indicating a mostly positive perception of the service. The statistical analysis revealed a chi-square value of 457.556 with 56 degrees of freedom and a p-value of 0.000, confirming the validity of the test. No expected frequencies less than 5 were found, and the measurement instrument demonstrated high internal consistency with a Cronbach's Alpha of 0.894. In conclusion, the results show a significant association between service quality and customer satisfaction at Quinta La Candelaria during 2023.

**Keyword:** service quality, customer perception, evaluation



## INTRODUCCIÓN

La presente tesis de investigación tiene como objetivo principal conocer la calidad de servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca en el año 2023. La necesidad de captar la visión de los clientes radica en la relevancia crítica que tiene la excelencia del servicio en el contenido del cliente y, por ende, en el éxito continuo de la entidad. Mediante un método cuantitativo y de nivel descriptivo, este estudio busca proporcionar una visión detallada de cómo los clientes experimentan y valoran los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria, identificando puntos fuertes y áreas de desarrollo. La información recopilada permite a la organización tomar decisiones informadas para elevar la calidad de servicio y satisfacer de manera efectiva las necesidades y expectativas cambiantes de sus clientes en el año 2023. En este sentido, la investigación se estructura en seis secciones: La primera sección aborda la problemática, incluyendo su planteamiento, formulación y justificación; la segunda sección se centra en los objetivos, tanto generales como específicos; la tercera sección presenta el marco teórico, incluyendo antecedentes, fundamentos teóricos y conceptuales; la cuarta sección aborda las hipótesis, incluyendo su formulación general y específica, variables y su operacionalización; la quinta sección expone el método utilizado, incluyendo el enfoque, métodos aplicados, tipo y nivel de investigación, diseño, población y muestra, técnicas e instrumentos, fiabilidad y validez, tratamiento de datos y contrastación de hipótesis; finalmente, la sexta sección expone las evidencias, su discusión, seguida de las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.



## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del problema

La calidad del servicio en la industria global se ha transformado en un aspecto crítico para el rendimiento empresarial y la complacencia del cliente. En un entorno cada vez más interconectado y competitivo, las demandas de los clientes hacia la excelencia en el servicio se han incrementado significativamente, impulsadas por la rápida evolución de la tecnología, la globalización y una mayor conciencia acerca de la relevancia de la vivencia del cliente. Sin embargo, a pesar de los intentos de las compañías por elevar la excelencia del servicio, persisten desafíos significativos a nivel mundial. Estos desafíos pueden incluir la falta de estándares uniformes en la industria, la variabilidad en la capacitación y la retención del personal, así como la creciente complejidad de cumplir con las expectativas diversificadas de los consumidores en diferentes contextos culturales y sociales. Por otro lado, la pandemia de COVID-19 ha desencadenado nuevos desafíos ante la excelencia de atención,



como la adaptación a protocolos de salud y seguridad, la adopción de acciones de distancia interpersonal y la transición hacia modelos de servicio digitalizados. En este sentido, comprender y abordar los desafíos relacionados con la excelencia de la atención a nivel mundial se ha tornado en tema principal para las empresas que desean mantener su relevancia, fidelizar a los clientes y garantizar su sostenibilidad en un entorno empresarial en constante cambio.

En el contexto nacional peruano, la excelencia del servicio se posiciona como un factor fundamental para el progreso y la competitividad de diversas industrias, incluyendo el turismo, la hospitalidad, el comercio minorista y los servicios financieros, entre otros. Más allá de las iniciativas emprendidas por las organizaciones para optimizar el nivel de servicio, persisten desafíos significativos que impactan negativamente en la experiencia del cliente y la reputación empresarial. Estos desafíos pueden incluir la carencia de formación y crecimiento del equipo de trabajo, la infraestructura deficiente, la burocracia excesiva, la carencia de uniformidad en la entrega de servicios y la falta de enfoque en las demandas y expectativas evolutivas de los clientes. Además, factores contextuales igual que la inestabilidad política, los problemas de seguridad y la desigualdad socioeconómica pueden influir en la excelencia de atención brindado por las organizaciones. En un país donde el turismo y los servicios representan una parte significativa de la economía, la constante evolución hacia la excelencia en la entrega del servicio se convierte en un imperativo para impulsar el crecimiento económico, fomentar la inversión y promover el desarrollo sostenible. Por lo tanto, comprender los desafíos específicos vinculados con la excelencia de atención a nivel nacional en el Perú se vuelve esencial para detectar puntos de mejora, aplicar estrategias efectivas



y promover la excelencia de la entrega de servicios en beneficio de ambos, como son las empresas y los consumidores.

En el contexto local de Juliaca, la excelencia de atención en establecimientos como la Quinta La Candelaria adquiere una relevancia primordial en el contexto económico y social de la localidad. Siendo Juliaca un importante destino turístico y centro comercial en la región, la satisfacción de la clientela y la valoración de la excelencia de atención ofrecido por la Quinta La Candelaria pueden tener un impacto significativo en la reputación del establecimiento y en la atracción de visitantes locales y turistas. Sin embargo, a pesar de la importancia de este aspecto, persisten desafíos en el ámbito de la excelencia en la prestación de servicios dentro del entorno local. Estos pueden incluir la falta de capacitación del personal, la infraestructura limitada, la competencia creciente en el sector y la imperiosa insuficiencia de ajustarse a las expectativas variables de los clientes. Además, factores como la estacionalidad del turismo, las condiciones socioeconómicas locales y la percepción de seguridad pueden afectar la vivencia del cliente y en su disposición a sugerencias y volver a visitar la Quinta La Candelaria. Por lo tanto, comprender y abordar los desafíos específicos relacionados con la excelencia de atención a nivel local en Juliaca se transforma en una meta fundamental para potenciar la competitividad del establecimiento, promover el desarrollo económico local y aportar al beneficio de la comunidad en su totalidad.



## 1.2. Formulación del problema

### 1.2.1. Problema general

- ✓ ¿Cómo es la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?

### 1.2.2. Problemas específicos

- ✓ ¿Cómo se percibe la fiabilidad en concordancia a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la responsabilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la empatía en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la tangibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la capacidad de respuesta en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la credibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?
- ✓ ¿Cómo se percibe la accesibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?



### 1.3. Justificación del estudio

La justificación teórica del estudio "Calidad de Servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023" se basa en la necesidad de explorar a fondo los principios teóricos que influyen en la excelencia de atención en el contexto específico de este establecimiento en Juliaca. Desde una perspectiva académica, el estudio se sustenta en la extensa literatura de gestión de servicios, resaltando la relevancia de la percepción de excelencia en la complacencia y lealtad de los consumidores. Se recurre a modelos consolidados, como el SERVQUAL, con el fin de estructurar la evaluación de la excelencia de atención, así como teorías que exploran cómo las anticipaciones y apreciaciones del cliente moldean su juicio acerca de la excelencia en la atención. Además, se incorporan enfoques contemporáneos sobre la adaptación a expectativas cambiantes, la administración de la experiencia del usuario y la relevancia del contexto local en la prestación de servicios. Esta justificación teórica respalda la pertinencia y originalidad del estudio al proporcionar un sólido marco conceptual con el fin de entender y elevar la excelencia en el servicio en la Quinta La Candelaria, generando contribuciones valiosas tanto en el entorno educativo como empresarial.

La justificación práctica del estudio "Calidad de Servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023" se basa en la necesidad de abordar las realidades operativas y estratégicas que afectan directamente a este establecimiento. Desde una perspectiva práctica, la investigación busca ofrecer un análisis detallado y aplicado de la excelencia de atención, centrándose en las perspectivas y expectativas de los clientes locales y globales durante el año 2023. La implementación de métodos fundamentados en los hallazgos del



estudio pretende mejorar la competitividad de la Quinta La Candelaria en el mercado actual, impulsar la complacencia del consumidor y reforzar su posición en la comunidad de Juliaca. Además, la investigación ofrecerá una base objetiva para la adopción de selecciones gerenciales, permitiendo detectar áreas específicas de optimización y el desarrollo de estrategias adaptativas que satisfagan eficientemente a las cambiantes necesidades de los consumidores. Esta justificación práctica subraya la utilidad inmediata y la aplicabilidad directa de los descubrimientos del estudio en la gestión diaria de la Quinta La Candelaria.

La justificación metodológica del estudio "Calidad de Servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023" se sustenta en la selección deliberada de un enfoque cuantitativo, aplicado con el propósito de abordar de manera precisa y sistemática la valoración de la excelencia de atención en el establecimiento mencionado. Este enfoque permitió la recopilación de mediciones numéricas y la utilización de métodos estadísticos para analizar patrones, patrones y conexiones entre variables relevantes. El tipo de investigación aplicada se escogió considerando la naturaleza práctica y utilitaria del estudio, orientado a generar conocimientos que pudieran ser aplicados directamente en la administración y elección de opciones en la Quinta La Candelaria. El diseño de investigación transversal no experimental fue seleccionado con el propósito de recoger datos en un solo punto en el tiempo, permitiendo una captura instantánea de la apreciación de los clientes acerca de la excelencia de atención en el momento dado. El nivel de investigación descriptivo se adecuó a la necesidad de detallar las características y fenómenos relevantes relacionados con la excelencia de atención en el establecimiento. El método de estudio



deductivo es adoptado para partir de teorías y modelos preexistentes en la literatura de gestión de servicios, permitiendo derivar hipótesis específicas que pudieran ser evaluadas mediante la recopilación y estudio de información empírica. El instrumento de investigación usado se trató de la encuesta, facilitando la obtención de información directa de los clientes sobre su percepción y la vivencia en cuanto a la excelencia de atención en la Quinta La Candelaria. El instrumento dado en la recopilación de datos fue la encuesta, diseñado cuidadosamente para capturar de manera exhaustiva los aspectos relevantes de la excelencia de atención según la perspectiva del consumidor. En conjunto, la elección de estas metodologías y herramientas de indagación se fundamentó en la necesidad de adquirir información fiable y significativa que permitieran alcanzar los objetivos planteados en la investigación.



## CAPÍTULO II

### OBJETIVOS

#### 2.1. Objetivo general

- ✓ Conocer la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023

#### 2.2. Objetivos específicos

- ✓ Evaluar la percepción de la fiabilidad en concordancia a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ Evaluar la percepción de la responsabilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ Evaluar la percepción de la empatía en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ Evaluar la percepción de la tangibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023



- ✓ Evaluar la percepción de la capacidad de respuesta en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ Evaluar la percepción sobre la credibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ Evaluar la percepción de la accesibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023



## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### 3.1. Antecedentes de la investigación

##### 3.1.1. Antecedentes Internacionales

Se hace referencia a Rojas, et al., (2022) en su estudio titulado: *“La excelencia del servicio como componente fundamental de la responsabilidad social en pymes - Colombia”* El estudio actual examinó la excelencia del servicio como componente fundamental para cumplir con el compromiso social en compañías de pequeño y mediano tamaño. La metodología empleada fue descriptiva, no experimental y de campo. La muestra estuvo compuesta por 50 empresas de tamaño reducido del ámbito logístico, siendo representada por un trabajador. Fueron recabados los datos mediante encuestas utilizando escalas de tipo Likert, teniendo 0.80 de confiabilidad de y 0.82. Utilizando el método de Pearson, se observó correlatividad de 0.025. Aunque la excelencia de atención no sea ideal, podría contribuir al cumplimiento de la responsabilidad social. Las



evidencias fueron evaluadas utilizando estadísticas descriptivas para identificar un proceso eficaz en la excelencia de atención. Las empresas perciben que cumplen con su compromiso social al proporcionar un servicio eficaz para alcanzar sus propósitos. Se deduce que el compromiso social está relacionado en un grado muy bajo con la excelencia de atención brindada por las empresas de tamaño reducido.

De acuerdo a Terán et al., (2021) en su publicación científica denominada: *“Excelencia de atención en las empresas de América Latina”* esta se enfocó en recolectar datos de documentos científicos acerca de la excelencia del servicio, empleando un método cualitativo que no implica experimentación y es descriptivo. Se analizaron en total 150 documentos, de los cuales se eligieron 16 basándose en la semejanza temática con la calidad de servicio. Estos documentos provenían de diversas naciones, como Colombia, Perú, Cuba, México, Ecuador, España y Chile. De todos ellos, el 90% fue obtenido de fuentes como SciELO, Redylac, SCOPUS, CONACyT, entre otras. Además, únicamente se consideraron publicaciones de los últimos cinco años, entre 2016 y 2020. Como descubrimiento, se notó que en su mayoría de los estudios seleccionados utilizaron su modelo SERVQUAL para valorar la excelencia del servicio, indicando su posible utilidad en investigaciones venideras al proporcionar opiniones de los usuarios sobre la excelencia de los servicios otorgados por las organizaciones.

Se tiene a Remache (2019) en su estudio: *“Nivel de excelencia en el servicio y la felicidad de los clientes en la compañía Sipecom S.A. ubicada en Guayaquil, Ecuador, durante el año 2018”* con el fin de establecer la conexión entre la excelencia del servicio y el contentamiento de los clientes de SIPECOM



SA. de Guayaquil, se llevó a cabo un estudio. Se llevó a cabo un análisis basado en 12 clientes, empleando métodos como encuestas y cuestionarios para la recopilación de datos sobre las variables en cuestión. Para investigar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, se utilizó la estadística inferencial con la correlación de Pearson. La hipótesis formulada fue: Existe una relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa SIPECOM S.A. de Guayaquil, Ecuador, durante el año 2018. Los hallazgos revelaron una relación directa moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa SIPECOM S.A. durante el año 2018, con un coeficiente de correlación de Pearson de 0.579 y una significancia bilateral de 0.048. Estos resultados sugieren que una mejora en la calidad del servicio al cliente se correlaciona significativamente con un aumento en la satisfacción del cliente.

Rivera (2019) en su estudio: *“La excelencia de atención y la complacencia de los consumidores de la empresa Greenandes Ecuador”* La presente investigación tiene por propósito primordial examinar la excelencia del servicio y la complacencia del cliente en la compañía Greenandes Ecuador, situada en la urbe de Guayaquil. e empleó el instrumento de evaluación SERVQUAL para explorar cómo los clientes exportadores perciben y valoran el servicio brindado por la compañía. El estudio se llevó a cabo de manera cuantitativa, aplicando SERVQUAL centrado en el GAP 5, que refleja la discrepancia entre la percepción de la excelencia de atención y las expectativas del mismo. Se empleó un enfoque descriptivo, cuantitativo y deductivo. Como medio de recopilación de datos se utilizó a una muestra de 180 exportadores. Se empleó el software SPSS para analizar los hallazgos, y la compilación de las evidencias



en el programa Microsoft Office. Los hallazgos mostraron que la valoración de la excelencia de la atención proporcionado por Greenandes Ecuador está por debajo de lo esperado por los consumidores. Concretamente, se identificaron brechas negativas relevantes en las áreas de seguridad y diligencia, las cuales necesitan ser atenuadas. Para alcanzar este objetivo, se aconseja optimizar los procedimientos y designar roles específicos a cada departamento que interactúa con el consumidor, además de implementar táctica de atención dirigidas a los clientes exportadores.

Pedraja, et al., (2019) en su investigación titulada: *“Apreciación de la atención médica en la ciudad de Arica, Chile: Hacia un Plan de Mejora”* Dentro del contexto de un estudio con la meta de evaluar la opinión de la excelencia de atención prestada en el Hospital Regional Dr. Juan Noé Crevani y los cinco Centros de Salud Familiar ubicados en Arica, Chile, para guiar un proceso de mejoramiento, se utilizó la metodología del modelo Servperf. En este estudio, se desarrolló un cuestionario basado en cinco aspectos: los aspectos perceptibles, la confiabilidad, la diligencia, la confianza y la sensibilidad. La distribución de la encuesta se realizó de manera equitativa en términos de características demográficas y geográficas de la localidad de Arica. Los hallazgos adquiridos permitieron realizar un análisis reciente de la situación de la sanidad comunitaria en el entorno urbano, identificando sus esenciales áreas de debilidad y aspectos susceptibles de optimización, Aparte de eso proporcionar un instrumento de apreciación con una disposición objetiva y válida. Se constató que la dimensión más satisfactoria fue aquella vinculada a los elementos perceptibles, mientras que la percepción menos favorable estuvo relacionada con la confiabilidad, lo



que indica una falta de confianza de la comunidad en lo que el servicio se compromete a proporcionar.

### 3.1.2. Antecedentes nacionales

Se tiene a Larico (2022) en su investigación: *"Excelencia de atención en restaurantes de Cañete – Perú"* el fin de este análisis es investigar es examinar el rango de excelencia de atención proporcionada por los restaurantes de Cañete. Se empleó un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo no experimental en la metodología. Se obtuvo información de los clientes a través del empleo de la Escala Mexicana de excelencia de atención en centros gastronómicos (Emcaser), la cual analiza aspectos como la garantía, el ambiente, la comida, los recursos y la comodidad. Los hallazgos revelan un nivel de atención insatisfactoria en establecimientos gastronómicos bajo investigación. Se infiere que los establecimientos gastronómicos en Cañete presentan una falencia significativa que necesita atención por parte de sus dueños, especialmente considerando los desafíos del entorno en constante cambio y las expectativas de los clientes. Mejorar esta situación llevará a una mayor satisfacción por parte de los clientes.

De acuerdo a Ravelo y Rodríguez (2022) en su estudio: *"Excelencia en la atención y la complacencia del consumidor en un spa en Trujillo en el 2022."* El propósito primordial del estudio enfocó en analizar la conectividad entre la excelencia en la prestación de servicios y la satisfacción de los usuarios en un establecimiento de Spa situado en Trujillo durante el año 2022, empleando un diseño que no involucra experimentación. Para evaluar la excelencia de atención, se recurrió al modelo SERVQUAL, que abarca los aspectos de confiabilidad, rapidez, resguardo, compasión y atributos palpables. En cuanto a



la complacencia del consumidor, se aplicó el protocolo ACSI, la cual contempla aspectos como se esperaba, la apreciación de excelencia, el valor percibido, el nivel de satisfacción, las quejas y la fidelidad del consumidor. Se identificó un vínculo positivo e importante entre los aspectos que definen el rango de atención y la satisfacción del usuario ( $\rho = 0.86$ ), siendo la percepción de excelencia el factor que presenta una conexión especialmente robusta con la complacencia del consumidor (0.76). En resumen, se corroboró la hipótesis alterna, evidenciando la presencia de una conexión relevante entre la calidad superior en la entrega de servicios y la complacencia de los usuarios en un Spa de Trujillo durante el año 2022.

Alvarado y Paca (2022), en su investigación denominada: *“Evaluación de la atención médica desde la perspectiva del paciente en una institución de atención médica en Lima, Perú, en el año 2021”* La intención primordial de esta investigación radicó en evaluar la visión de los usuarios respecto a la excelencia de atención en una entidad médica. Se empleó una metodología fundamental, con una aproximación cualitativa descriptiva y un diseño fenomenológico. Se llevó a cabo entrevistas, utilizando como herramienta una guía de entrevista semiestructurada. Participaron en el estudio 7 usuarios y 3 profesionales del ámbito sanitario. Los hallazgos obtenidos de los usuarios indicaron que la atención careció de oportunidad, y que los profesionales en general no demostraron compromiso, siendo la atención calificada como promedio. No obstante, la mayoría de los médicos mostraron un trato amable, demostraron paciencia y tolerancia, aunque se presentaron inconvenientes con la puntualidad en las citas. Se resaltó la importancia de que los profesionales sean receptivos, compasivos, se comuniquen de manera clara y brinden una atención efectiva,



segura, eficiente y centrada en el paciente. Se subrayó la necesidad de contar con más consultorios especializados y equipamiento adecuado. Respecto al personal médico, se observó que ofrecieron una atención de calidad, con citas organizadas, un trato profesional y cálido, y un enfoque en la mejora constante de la atención al paciente, incluyendo aspectos como un entorno adecuado, atención especializada, exámenes auxiliares, salas de espera higiénicas, información clara y una infraestructura sólida. Se destacó el impacto de la empatía en el campo de salud.

Se tiene a Mamani (2022) en su trabajo titulado: *"Excelencia en la atención y Plenitud del consumidor en el establecimiento Abba Padre SJL, 2022"*. El propósito central del estudio fue explorar la conectividad entre la excelencia en la asistencia y el nivel de complacencia de los consumidores del restaurante. Se llevó a cabo un estudio de asociación utilizando un diseño transversal que no implicaba experimentación. La muestra incluyó a 25 consumidores del local con información relevante acerca del tema en análisis. Para recopilar datos, se administró una encuesta en persona utilizando un cuestionario que constaba de 34 preguntas basado en la escala de evaluación Likert. Se consiguió un factor correlativo de Pearson de 0.565, con un error estándar de 0.05. Los hallazgos indicaron la vinculación entre la excelencia de atención y el grado de contento experimentado por los consumidores.

Quiroz y Hokari (2022) en su estudio denominado: *"Efecto de la calidad en la fidelidad de los consumidores hacia la marca de la compañía TGI Fridays en Arequipa"* El estudio se planteó explorar si la excelencia de atención impacta en la fidelidad hacia la marca del restaurante TGI Fridays de Arequipa. Con ese propósito, se aplicó el modelo Dineserv para acumular datos sobre las opiniones



de los clientes acerca de la evaluación de eficacia del restaurante y la importancia que les asignan a sus atributos de servicio. Se aplicó la evaluación de relevancia-eficiencia para determinar si el restaurante aborda los elementos significativos para los consumidores. Se trabajó con los factores "excelencia de atención" y "lealtad de marca", con la hipótesis de los cinco aspectos de la excelencia de atención del restaurante favorecen la creación de fidelidad hacia la marca. La indagación tuvo una perspectiva cuantitativa no experimental y transversal, con un estudio descriptivo y de asociaciones. El instrumento utilizado fue validado por dos autores en investigaciones previas. Se calculó la validez del instrumento a través del alfa de Cronbach, consiguiendo un valor de 0.732, considerado como bueno. Se obtuvo datos con un cuestionario en línea dirigida a un conjunto de 384 participantes de rango socioeconómico alto y de alto nivel medio. Los resultados mostraron que los cinco aspectos de la excelencia de atención impactan de manera favorable en la fidelidad hacia la marca de TGI Fridays, destacando especialmente las dimensiones de "Empatía" y "Garantía". Además, se identificó que la mala atención durante las horas punta generaba la mayor insatisfacción, mientras que el esfuerzo dedicado a la decoración del restaurante representaba un gasto significativo de recursos. En promedio, el 80.1% de los sujetos se mostraron complacidos con la atención del restaurante y manifestaron su intención de regresar o recomendarlo a amigos y familiares.



### 3.1.3. Antecedentes locales

De acuerdo a Coasaca (2023) en su estudio titulado: *“Excelencia en el servicio y contenido de los usuarios en la Municipalidad Provincial de Azángaro”* La finalidad de este análisis fue establecer la conexión de la excelencia de atención y la complacencia de los usuarios del municipio de Azángaro durante el año 2021. Se aplicó una metodología caracterizado por ser cuantitativo y descriptivo, utilizando un diseño no experimental y transversal. Se compuso como muestra a 172 individuos seleccionados mediante un muestreo aleatorio simple de entre una población total de 310 usuarios. Se administró una encuesta que se basó en dos métodos previamente ratificados por expertos para medir tanto la excelencia de atención como la complacencia del usuario. Se optó por el factor correlativo de Spearman para el procesamiento estadístico, ya que los datos no presentaban una distribución regular. Los hallazgos evidenciaron una conexión relevante de la calidad de atención y la complacencia de los usuarios ( $p=0.001$ ), con un valor de correlación  $Rho=0.532$ , lo que muestra una conexión moderadamente positiva. Además, se constató una conexión relevante y positiva de la fiabilidad y la complacencia ( $p=0.001$ ,  $Rho=0.443$ ), así como entre la habilidad de reacción y la complacencia ( $p=0.001$ ,  $Rho=0.349$ ). También se destacó una conexión relevante de la seguridad y la complacencia del individuo ( $p=0.0001$ ,  $Rho=0.309$ ). En síntesis, se ratificó que se confirma una asociación notable entre la satisfacción del usuario y la excelencia de atención.

Mamani (2020), en su tesis de estudio denominado: *“Excelencia en la atención y grado de complacencia de los lectores de las bibliotecas de acceso público en las Municipalidades Provinciales de la región Puno durante el año 2020.”* La finalidad única del estudio fue examinar la conexión entre el nivel de



servicio excepcional y la complacencia de los usuarios en las bibliotecas de acceso público localizadas en las alcaldías provinciales de la zona de Puno durante el año 2020. Se aplicó una metodología que involucró un enfoque basado en números, un diseño correlacional y un método no experimental de tipo transversal. La muestra consistió en 11 encargados de biblioteca responsables y 368 individuos de las ciudades provinciales. Se emplearon dos herramientas para su obtención de datos: una para evaluar la excelencia de atención, basada en la autoevaluación según la Norma Técnica para el control de la excelencia de atención en el ámbito público, y otra para evaluar la complacencia del consumidor, mediante la encuesta implementada conforme al modelo LIBQUAL. Los hallazgos indicaron que nueve servicios bibliotecarios municipales mostraron un bajo grado de respeto de componentes de la norma, por otro lado, las bibliotecas de Puno y Moho obtuvieron una calificación alta. No obstante, el agrado del usuario es reducido, y no se encontró evidencia de una unión relevante entre la excelencia de atención y el agrado de los consumidores. Finalmente, se resalta la necesidad de proporcionar capacitación al personal de las bibliotecas municipales para mejorar el servicio ofrecido y satisfacer los requerimientos y exigencias de los consumidores.

También se tiene a Choquehuanca (2022) en su estudio titulado: *"Administración y excelencia de atención en la Municipalidad Distrital de Conima, Región Puno – 2021"* su meta primordial fue explorar la conexión de la administración y la excelencia de atención del municipio Distrital de Conima, Región Puno, en el transcurso del 2021. El estudio se enmarcó en un enfoque elemental con una estructura descriptivo correlacional no experimental. La población objetivo incluyó a 174 funcionarios, entre estos se extrajo una muestra



de 120 colaboradores a través de un muestreo aleatorio simple. En los datos recabados, se recurrió a la técnica de investigación por encuesta, empleando formularios de opinión diseñados específicamente para evaluar la dirección administrativa y la excelencia de atención. Los hallazgos indicaron que el 55.8% de los empleados gubernamentales apreciaron el grado de administración empresarial como convencional, mientras que el 45.8% creyeron que la excelencia de cuidado no es inadecuado. Se estableció que existe una correspondencia directa y notable entre la administración ejecutiva y la excelencia de atención, amparando la hipótesis general (H1) con un valor de Rho de 0.302 (valor de  $p=0.001$ ), lo cual sugiere una conexión positiva de baja asociación entre las variables.

Se tiene a Chambi (2022) en su estudio: *“Servicio excelencia y complacencia de los consumidores en la sección de abarrotes del mercado Tupac Amaru en Juliaca, durante el año 2021.”* En el año 2021, se realizó una investigación cuyo propósito fue analizar la conexión de ambas variables en la sección de abarrotes del mercado Tupac Amaru, ubicado en Juliaca. Se utilizó una metodología de carácter descriptivo y correlativo, de corte transversal y enfoque cuantitativo, sin experimentación. La población de investigación alcanzó a 500 encuestados, de los que se estrajo una muestra de 395 personas. Se aplicó en estadística correlativa Rho de Spearman para el procesamiento de información. Los primeros hallazgos nos dieron a conocer que el 82% de los consultados consideró que la excelencia de atención en el mercado Túpac Amaru era alta, mientras que un 17% la calificó como media y solo un 1% la consideró baja. En cuanto a la complacencia del consumidor, el 25% indicó estar muy satisfecho, el 35% satisfecho, el 3% insatisfecho y el 1% muy insatisfecho,



mientras que el 36% manifestó estar ni satisfecho ni insatisfecho. Los resultados mostraron una conexión positiva relevante ( $Rho$  de Spearman = .508,  $p < 0.05$ ) entre ambas variables, lo que respalda la hipótesis alternativa definida en la investigación.

Por otra parte, Mamani (2022), en el estudio titulado: "excelencia de atención proporcionados por el restaurante Kankachos Doña Julia en Juliaca, Puno, 2022" tiene como meta evaluar la excelencia de los servicios proporcionados en el establecimiento gastronómico, dado que su enfoque es la alimentación y su clientela abarca tanto adultos como niños, con la posibilidad de enfrentar problemas digestivos o intoxicaciones. Se emplearon diversas herramientas, como hojas de verificación, Servqual, encuestas, diagramas de Pareto, histogramas y diagramas de Ishikawa, con el fin de analizar la excelencia de atención ofrecida, dada su naturaleza en el sector de los restaurantes. El enfoque del estudio es cuantitativo, de diseño sin experimentación y de carácter descriptivo, utilizando encuestas para recopilar datos, con un enfoque probabilístico. Se utilizó software de ofimática para el manejo y procesamiento de datos recopilados, así como para la creación de diagramas, lo que permitió concluir que el restaurante tiene un buen nivel de servicio, aunque hay margen para mejoras.



## 3.2. Bases teóricas

### 3.2.1. Calidad de servicio

#### **Definición:**

La noción de calidad en la atención ha sido definida de diferentes maneras por varios expertos a lo largo de los años. En lo siguiente, expondré algunas definiciones relevantes:

#### ❖ **Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988):**

Estos investigadores presentaron el modelo SERVQUAL, el cual destaca cinco dimensiones fundamentales de la excelencia de atención: Agilidad, prontitud, rapidez, diligencia, eficacia. Su enfoque se dirige hacia la discrepancia acorde a las expectativas del cliente y su apreciación de la asistencia ofrecida. Según su perspectiva, la excelencia del servicio se percibe cuando las experiencias reales superan las expectativas del cliente.

El modelo SERVQUAL destaca como uno de los marcos conceptuales más destacados en el ámbito de la excelencia de atención. Surgió de la colaboración entre Parasuraman, Zeithaml y Berry en la década de 1980, convirtiéndose en un recurso ampliamente empleado tanto en la investigación como en el ámbito empresarial.

El fundamento del modelo SERVQUAL radica en la noción de que se puede apreciar la excelencia de atención mediante la incongruencia de las aspiraciones del consumidor y su apreciación real de la calidad de atención recibida.



## ❖ **Grönroos (1984):**

Grönroos destaca la importancia de cómo el cliente percibe el acatamiento de las garantías de la entidad. Su enfoque de proceso subraya la necesidad de una coordinación constante entre el proveedor y el consumidor durante la atención. Desde su perspectiva, la excelencia en la atención se basa en la valoración que hace el cliente de la efectividad de esta relación.

## ❖ **Berry y Parasuraman (1991):**

En su libro *Marketing Services: Competing Through Quality*, los autores exploran cómo se debe evaluar la efectividad de los servicios, sugiriendo que la clave es comparar el rendimiento de la atención en relación con las anticipaciones y deseos de los consumidores. Subrayan que, para obtener una evaluación positiva, es esencial superar las expectativas iniciales.

## ❖ **Zeithaml, Bitner y Gremler (2009):**

Este enfoque pone énfasis en cómo se evalúa la excelencia del servicio en relación con las anticipaciones del consumidor. Los autores argumentan que la percepción de la excelencia de la atención es una evaluación subjetiva, fundamentado en lo que el consumidor anticipa recibir de la atención.

## ❖ **Cronin y Taylor (1992):**

El modelo SERVPERF, desarrollado por Cronin y Taylor, se distingue por mitigar la distinción de anticipaciones y apreciaciones. Argumentan que la excelencia de la atención se debe medir únicamente en función de las impresiones que el cliente tiene acerca del rendimiento



real de la atención, centrándose en cómo el usuario experimenta la excelencia mediante su interacción con el servicio.

Estas definiciones destacan la relevancia de cómo el usuario evalúa el servicio, sus anticipaciones y la discrepancia entre las promesas y la realidad, considerando estos factores como clave para determinar la excelencia del servicio.

### **3.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio.**

De acuerdo con Molina (2014), la excelencia del servicio se determina por la capacidad de un servicio para cumplir con las expectativas del consumidor en cuanto a la adecuación para cubrir sus demandas.

Modelo de Calidad de Servicio Integrado: Este enfoque amplía y actualiza el SERVQUAL, integrando aspectos como la experiencia del consumidor y la gestión de la excelencia de atención. Introduce conceptos como la calidad de la vivencia, que considera la opinión del consumidor respecto al servicio en su totalidad (Zeithaml, Bitner y Gremler ,2009)

La excelencia de atención, mediante el modelo SERVQUAL, se define como la discrepancia entre las expectativas y las percepciones de los consumidores en 5 dimensiones clave: Concreción, confiabilidad, agilidad, protección y comprensión. En contraste, el Modelo de Excelencia en la atención Integrada, de Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), amplía el enfoque del SERVQUAL al incorporar elementos adicionales como la accesibilidad y la credibilidad basada en la capacidad del proveedor para cumplir sus compromisos y garantizar la calidad del servicio.



A continuación, se exponen siete aspectos clave para el análisis en el contexto de este estudio:

- 1. Fiabilidad:** La fiabilidad en el contexto de la Quinta La Candelaria se trata de la estabilidad y fiabilidad mostrada por los consumidores en los servicios ofrecidos. Implica la destreza de la quinta para satisfacer de forma constante los compromisos y expectativas establecidas con los clientes. Los clientes deben sentir que pueden depender de la quinta para recibir un servicio confiable y consistente en cada interacción.
- 2. Responsabilidad:** La responsabilidad implica la disposición y habilidad del personal de la Quinta La Candelaria para atender los requerimientos y preocupaciones del consumidor de manera efectiva. Los consumidores deben percibir que el personal responde rápidamente y demuestra eficacia en la solución de inconvenientes. La responsabilidad también conlleva una disposición proactiva y orientada a satisfacer las necesidades específicas de cada cliente.
- 3. Empatía:** La empatía se relaciona con la conexión emocional que el personal de la Quinta La Candelaria establece con los clientes. Implica demostrar comprensión y atención genuina antes las necesidades y expectativas individuales del consumidor. La empatía se manifiesta en una comunicación cálida y personalizada, mostrando al cliente que sus inquietudes son valoradas.
- 4. Tangibilidad:** La tangibilidad es el aspecto físico de los locales, los trabajadores y cualquier material de difusión en la Quinta La



Candelaria. Los clientes evalúan la presentación general de la quinta, incluyendo la profesionalidad del personal, el estado de las instalaciones y cómo estos elementos cumplen con sus expectativas.

5. **Capacidad de Respuesta:** La habilidad de reacción involucra la rapidez y efectividad con la que la Quinta La Candelaria atiende las exigencias y solicitudes de los consumidores. El consumidor debe experimentar tiempos de espera razonables y sentir que el personal posee la habilidad de abordar y solucionar cuestiones de forma inmediata durante la interacción.
  
6. **Credibilidad:** La credibilidad se refiere a la percepción de los clientes sobre la habilidad y destreza de los trabajadores de la Quinta La Candelaria en la prestación de servicios. Implica cumplir con todas las normativas y estándares relevantes para la industria, así como respaldar la confianza a través de testimonios y reseñas positivas de clientes anteriores.
  
7. **Accesibilidad:** La accesibilidad implica la accesibilidad de los clientes a los servicios y obtener información relacionada en la Quinta La Candelaria. Los clientes deben encontrar la ubicación conveniente, la información fácilmente accesible y comprensible, y múltiples canales de comunicación disponibles para ponerse en contacto fácilmente con la quinta.



## 3.3. Marco conceptual.

### a. Expectativas del cliente

Las impresiones previas que los consumidores tienen sobre el servicio que recibirán, influyendo en su evaluación posterior. Zeithaml, Bitner y Gremler (2009) destacan la relevancia de entender las anticipaciones del cliente como parte integral de la evaluación de la excelencia de atención.

### b. Indicadores de calidad

VARIABLES específicas que se utilizan para medir la excelencia de atención en diferentes dimensiones. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) proponen indicadores específicos a evaluar la excelencia de atención en su modelo SERVQUAL.

### c. Medición de la calidad de servicio

Proceso sistemático para evaluar y cuantificar la excelencia de servicios ofrecidos por una organización. Gronroos (1984) aborda la medición de la excelencia de atención como un enfoque esencial para comprender y mejorar la entrega de servicios.

### d. Percepción del cliente

La interpretación subjetiva de los clientes sobre la excelencia de atención, basada en sus experiencias y expectativas. Berry y Parasuraman (1991) resaltan la relevancia de entender la percepción del consumidor como un elemento clave en la evaluación de la excelencia de atención.



## **e. Servicios personalizados**

Adaptación de las atenciones brindadas para complacer los requisitos individuales de cada cliente. Gronroos (1984) destaca la importancia de ofrecer servicios personalizados para mejorar la experiencia del cliente.

## **f. SERVQUAL**

SERVQUAL es un modelo de medición de la excelencia de atención creado por Leonard Berry, Valarie Zeithaml y A. Parasuraman. El término "SERVQUAL" proviene de la combinación de las palabras "servicio" y "calidad". Este modelo se presentó en el artículo "SERVQUAL: Un instrumento de múltiples factores para evaluar las percepciones del cliente acerca de la excelencia de atención", divulgado en el Journal of Retailing en 1988.

## **g. Tiempo de espera**

El período que los clientes experimentan al aguardar la recepción de servicios, afectando su percepción de excelencia. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) reconocen los tiempos de espera como un elemento crucial en la valoración de la excelencia de atención.

## **h. Validación de resultados**

Proceso de confirmar y respaldar la autenticidad y solidez de los datos recopilados durante la investigación. Berry y Parasuraman (1991) subrayan la importancia de validar los resultados para asegurar la confiabilidad de las conclusiones.



## CAPÍTULO IV

### HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 4.1. Hipótesis general

- ✓ Existe buena calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023

#### 4.2. Variables

##### Variable de la investigación

Calidad de servicio

##### Dimensiones:

- ✓ Fiabilidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Empatía
- ✓ Tangibilidad
- ✓ Capacidad de respuesta



- ✓ Credibilidad
- ✓ Accesibilidad

### 4.3. Operacionalización de variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de Variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<b>Calidad de servicio</b>  <i>Definición: La excelencia del servicio, de acuerdo con el modelo SERVQUAL, se describe como la divergencia entre las previsiones y las opiniones de los consumidores en 5 dimensiones clave: Concreción, Credibilidad, Agilidad, Confianza y Sensibilidad. En contraste, el Modelo de Excelencia en la atención Integrado, de Zeithaml, Bitner y Gremler (2009), amplía el enfoque del SERVQUAL al incorporar elementos adicionales como la accesibilidad y la credibilidad basada en la capacidad del proveedor para cumplir sus compromisos y garantizar la calidad del servicio.</i>	1.1. Fiabilidad	1.1.1. Cumplimiento de Promesas 1.1.2. Disponibilidad de Servicios 1.1.3. Precisión en la Información	
	1.2. Responsabilidad	1.2.1. Tiempo de Respuesta 1.2.2. Resolución Efectiva 1.2.3. Orientación al Cliente	
	1.3. Empatía	1.3.1. Comunicación Empática 1.3.2. Personalización de Servicios 1.3.3. Manejo de Quejas	
	1.4. Tangibilidad	1.4.1. Presentación del Personal 1.4.2. Estado de las Instalaciones 1.4.3. Estética General	Encuesta Cuestionario
	1.5. Capacidad de respuesta	1.5.1. Tiempo de Espera 1.5.2. Solución Inmediata 1.5.3. Flexibilidad en el Servicio	
	1.6. Credibilidad	1.6.1. Experiencia y Competencia del Personal 1.6.2. Cumplimiento de Normativas 1.6.3. Testimonios y Reseñas Positivas	
	1.7. Accesibilidad	1.7.1. Ubicación Conveniente 1.7.2. Comunicación Clara 1.7.3. Disponibilidad de Canales de Comunicación	

Nota: Adapatado de Zeithaml, Bitner y Gremler (2009)



## CAPÍTULO V

### PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 5.1. Enfoque de investigación

Este estudio se basó en torno a un análisis cuantitativo, seleccionado con el propósito de obtener datos detallados de la evaluación de la variable "calidad de servicio" en La Quinta La Candelaria de Juliaca en el año 2023.

#### 5.2. Métodos aplicados a la investigación

- ✓ El enfoque metodológico empleado se basó en el método científico con un carácter no experimental.
- ✓ Se adoptó el método deductivo como enfoque específico.



### 5.3. Tipo de Investigación

Fue considerado un análisis aplicado, ya que se realizó un estudio de campo utilizando una encuesta que se ajustó de forma pertinente a la operacionalización de variables.

### 5.4. Nivel de investigación

- ✓ Se caracteriza por ser un estudio descriptivo.

### 5.5. Diseño de investigación

- ✓ La estructura del estudio se basó en un diseño no experimental con una perspectiva transversal.

### 5.6. Población y Muestra

#### 5.6.1. Población

La población se conforma de los consumidores, también conocidos como clientes, cuya cifra asciende a 21,600 personas.

#### 5.6.2. Muestra

La muestra está compuesta por un conjunto de 378 individuos/clientes

#### Muestra Probabilística

En esta indagación sociológica, llevado a cabo mediante una encuesta, se pretende recopilar datos acerca de los clientes de la Quinta La Candelaria de Juliaca. Para calcular la extensión apropiada del grupo muestral, se ha decidido utilizar la siguiente ecuación específica.



Se llevó a cabo la selección de la muestra por medio de un método probabilístico-aleatorio, y se determinó el número de individuos en la muestra de acuerdo con lo consiguiente:

Donde:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{Ne^2 + Z^2 \times p \times q}$$

N = Tamaño del conjunto poblacional

n = Muestra total

e = Límite de error

Z = Nivel de certeza

p = Proporción anticipada de resultados positivos en la población

q = (Porcentaje de errores en la población) o desvío desfavorable

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(21600)}{(21600)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.5)(0.5)(21600)}{(21600)(0.0025) + (3.8416)(0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(21600)}{54 + (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{20745}{54.9604}$$

$$n = 377.45$$

SE APLICÓ EL CUESTIONARIO A UN TOTAL DE 378 CLIENTES.



## 5.7. Técnicas e instrumentos

### 5.7.1. Técnica.

Se empleó la encuesta.

**Encuesta.** - “Metodología de muestreo que selecciona una porción representativa de la población para recopilar datos sobre los individuos o temas específicos” (Arias, 2006).

### 5.7.2. Instrumento.

Se empleó un cuestionario con preguntas prediseñadas.

**Cuestionario.** – De acuerdo con Arias (2006), Este término consiste en un grupo de ítems estructurados de forma lógica y racionalmente congruente, comunicadas en un idioma sencillo y entendible. Esta herramienta simplifica la recolección de datos de forma directa de fuentes originales, donde el análisis estadístico es fundamental.

## 5.8. Confiabilidad y validez del instrumento

Reiteramos las recomendaciones proporcionadas por profesionales en el área, quienes compartieron sus opiniones de la formulación y el contenido del cuestionario.

### 5.8.1. Confiabilidad

#### Análisis de fiabilidad

Se empleó un cuestionario como herramienta para recopilar información, la cual contribuirá a respaldar los objetivos de la investigación. La



fiabilidad de estos datos se garantiza mediante análisis estadísticos rigurosos, que proporcionan información pertinente y precisa para el estudio.

**ALFA DE CRONBACH**

El índice Alfa de Cronbach, o índice de confiabilidad de Cronbach, es un indicador de la uniformidad interna de un grupo de ítems en un instrumento de evaluación, calculada a partir de las correlaciones entre estos elementos. En nuestra investigación sobre satisfacción, hemos obtenido un resultado al evaluar este coeficiente.

**Resultados para el instrumento de calidad de servicio**

Los hallazgos de las estadísticas de fiabilidad revelan un elevado grado de consistencia interna en el instrumento de medición empleado en el estudio de excelencia de servicio, con un factor Alfa de Cronbach de 0.894, según se detalla en la tabla correspondiente. Este valor sugiere que el instrumento es confiable, ya que permanece constante incluso cuando se utiliza una versión estandarizada de los elementos. Es relevante resaltar que el análisis se fundamentó en un total de 21 elementos dentro del instrumento de medición, proporcionando así una amplia variedad de información.

**Tabla 2**

*Estadísticas de Fiabilidad*

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach fundamentada en elementos estandarizados	Número total de ítems
,894	,894	21

*Nota.* Concordancia interna de los elementos investigados



Como podemos observar, el valor alfa es de 0,894, que está por encima del rango aceptado y refleja una alfa adecuada.

## 5.8.2. Validez

El instrumento fue objeto de un proceso de validación a través del juicio de especialistas.:

- ✓ Dr. Benigno Callata Quispe
- ✓ Dr. Sc. S. Licímaco Aguilar Pinto

## 5.9. Procedimiento de tratamiento de datos

Las evaluaciones estadísticas constituyen un método científico que implica la recolección, organización, presentación y examen de información con una metodología ordenada de indagación, tratamiento y evaluación. Esta técnica simplifica la formulación de desenlaces respaldados y la elección de decisiones fundamentadas. En esta investigación, se llevaron a cabo el examen de la información utilizando el software informático SPSS en su versión 25.0.

## 5.10. Contrastación de hipótesis

### Hipótesis general

#### Planteamiento de hipótesis

- ✓ **Hipótesis Nula (H<sub>0</sub>):** No Existe buena calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023
- ✓ **Hipótesis Alterna (H<sub>a</sub>):** Existe buena calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023



**Nivel de significancia**

Alfa,  $\alpha = 0,05$  (5%)

**Estadístico de prueba**

Se utilizó el análisis estadístico de Chi cuadrado para evaluar el ajuste.

**Tabla 3**

*Resultados estadísticos para el nivel de Calidad de Servicio en la quinta la candelaria de Juliaca, 2023.*

*Resultados estadísticos*

	Calidad de Servicio
Chi-cuadrado	457,556 <sup>a</sup>
Gl	46
Sig. asin.	,000

- a. a. 0 celdas (0,0%) poseen frecuencias anticipadas inferiores que 5.
- b. La frecuencia mínima proyectada por celda es 8,0.

*Nota:* Nivel de significancia de chi cuadrado

La Tabla 3 exhibe los hallazgos del análisis estadístico destinada para medir el grado de Excelencia de atención en la quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Los estadísticos de prueba revelan un valor de chi-cuadrado de 457.556 con 56 grados de libertad, generando un p-valor notablemente bajo de 0.000. Es relevante destacar que no se identifican casillas con frecuencias esperadas menores a 5, asegurando la validez de la prueba, con una frecuencia mínima de casilla esperada de 8.0. En síntesis, estos resultados apuntan hacia una correlación estadísticamente relevante del grado de excelencia de atención y las perspectivas y expectativas de los clientes en la quinta La Candelaria de Juliaca durante el año 2023.



## CAPÍTULO VI

### RESULTADO Y DISCUSIÓN

#### 6.1. Presentación de resultados

##### 6.1.1. Niveles de calidad de servicio

**Tabla 4**

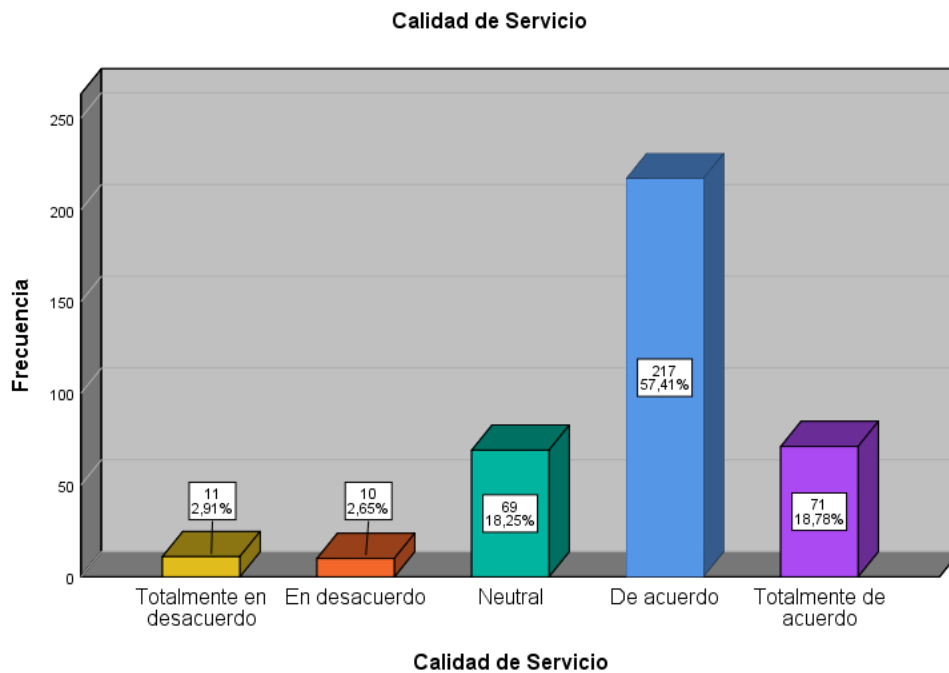
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de calidad del servicio*

NIVEL DE CALIDAD DEL SERVICIO					
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
	En desacuerdo	10	2,6	2,6	5,6
	Neutral	69	18,3	18,3	23,8
	De acuerdo	217	57,4	57,4	81,2
	Totalmente de acuerdo	71	18,8	18,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo

### Figura 1

*Niveles de calidad del servicio*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

### Interpretación

En la tabla N° 4 y en la figura N° 1, presenta la distribución de frecuencias para los clientes de la quinta La Candelaria en Juliaca durante el año 2023, clasificadas según el rango de calidad del servicio. De los 378 consumidores evaluados, el 57.4% de los clientes está "De acuerdo", mientras que el 18.8% está "Totalmente de acuerdo". Por otro lado, el 18.3% expresó opiniones en la categoría "Neutral" y un pequeño porcentaje del 5.6% en las divisiones "Totalmente en desacuerdo" y "En desacuerdo". Estos resultados sugieren una percepción mayoritariamente positiva de los clientes hacia la quinta La Candelaria, indicando un nivel considerable de satisfacción con el servicio ofrecido durante el periodo evaluado.

**Tabla 5**

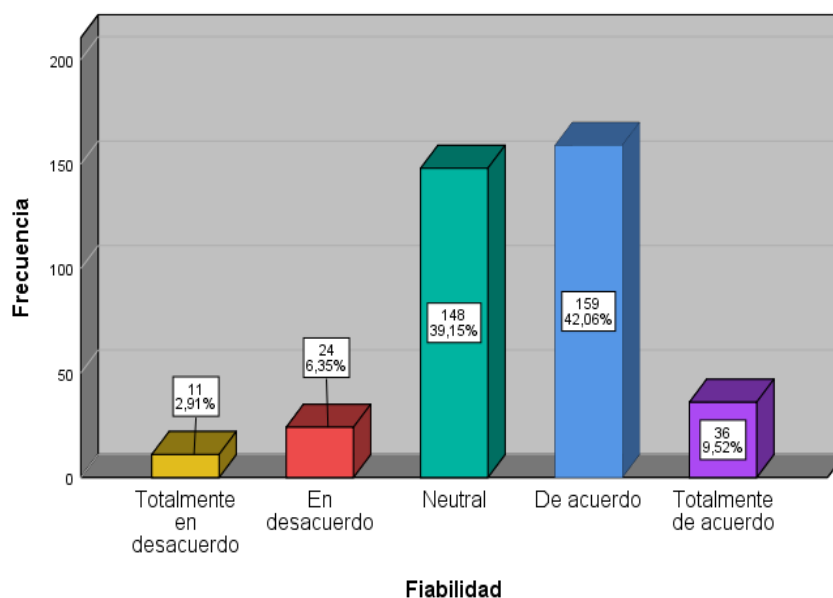
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Fiabilidad*

		FIABILIDAD			
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
	En desacuerdo	24	6,3	6,3	9,3
	Neutral	148	39,2	39,2	48,4
	De acuerdo	159	42,1	42,1	90,5
	Totalmente de acuerdo	36	9,5	9,5	100,0
Total		378	100,0	100,0	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo

**Figura 2**

*Niveles de Fiabilidad*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

### Interpretación

En la tabla N° 5 y en la figura N° 2, presenta la distribución de frecuencias para los clientes de la quinta La Candelaria en Juliaca durante el año 2023, enfocándose en



el nivel de fiabilidad del servicio. De los 378 clientes evaluados, el 42.1% mostró un nivel de "De acuerdo" y el 9.5% "Totalmente de acuerdo". Sin embargo, el 9.3% expresó ciertas reservas, con el 6.3% "En desacuerdo" y el 2.9% "Totalmente en desacuerdo". Además, un 39.2% adoptó una posición neutra hacia la fiabilidad del servicio. Dichos resultados indican que la mayor parte de los consumidores muestran un nivel relevante de fiabilidad en cuanto a los servicios ofrecidos por La Candelaria, aunque existe una proporción significativa de clientes neutrales y un pequeño porcentaje con percepciones menos favorables.

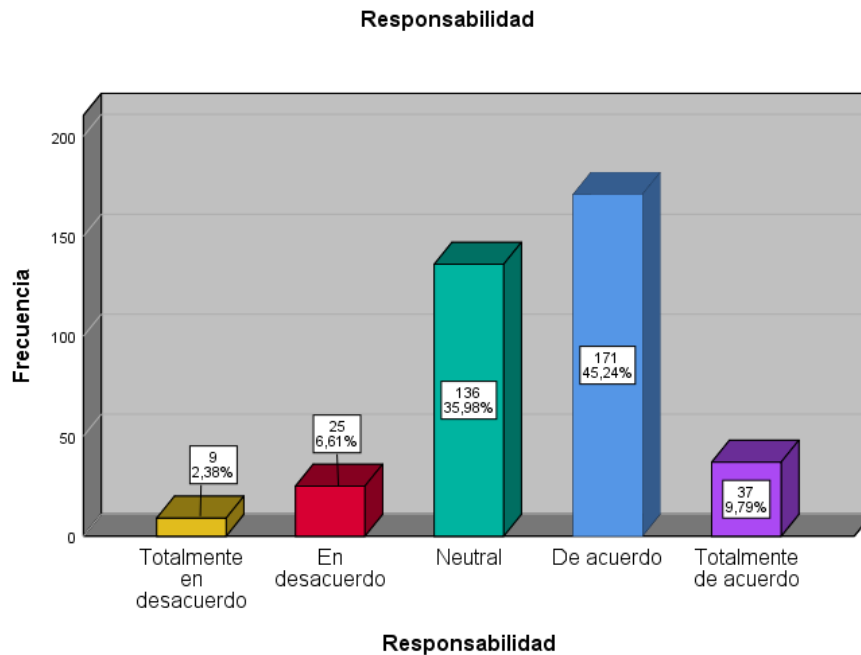
**Tabla 6**

*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de responsabilidad*

		<b>RESPONSABILIDAD</b>			
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	2,4	2,4	2,4
	En desacuerdo	25	6,6	6,6	9,0
	Neutral	136	36,0	36,0	45,0
	De acuerdo	171	45,2	45,2	90,2
	Totalmente de acuerdo	37	9,8	9,8	100,0
<b>Total</b>		<b>378</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo

**Figura 3**  
*Niveles de Responsabilidad*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

### Interpretación

En la tabla N° 6 y en la figura N° 3, proporciona una visión detallada de los clientes de la quinta La Candelaria en Juliaca durante 2023, centrándose en el nivel de responsabilidad percibido. De los 378 clientes evaluados, el 45.2% demostró un grado "De acuerdo" y el 9.8% "Totalmente de acuerdo". Sin embargo, el 9.0% expresó ciertas dudas, dividiéndose entre el 6.6% "En desacuerdo" y el 2.4% "Totalmente en desacuerdo". Además, el 36.0% adoptó una posición neutral respecto a la responsabilidad percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria. Dichos hallazgos indican que la mayor parte de los clientes muestran un nivel satisfactorio de responsabilidad en el establecimiento, aunque existe una proporción considerable de clientes neutrales y una minoría con percepciones críticas sobre este aspecto.

**Tabla 7**

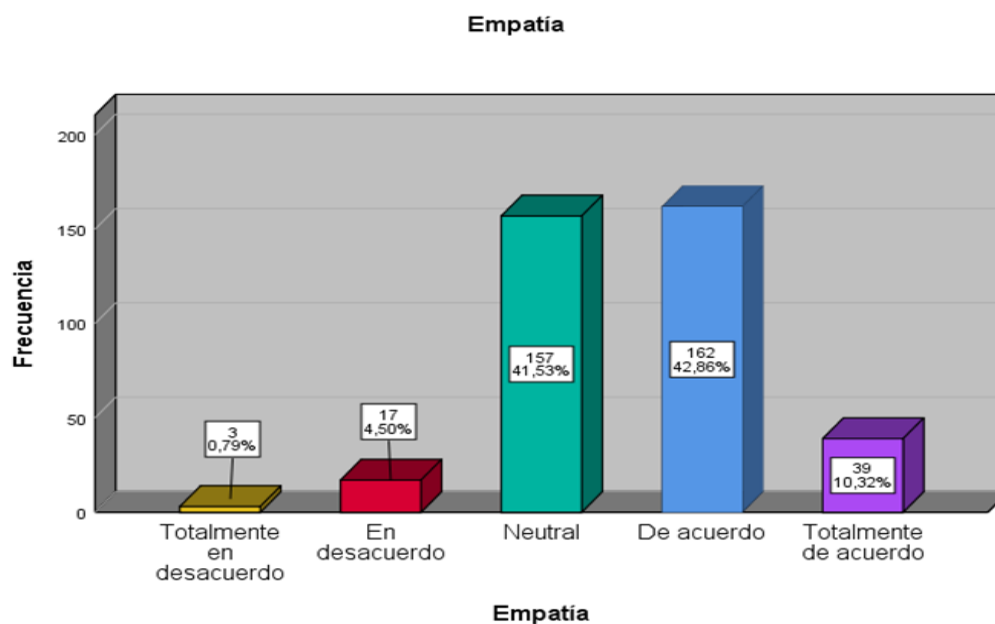
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Empatía*

EMPATÍA					
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	17	4,5	4,5	5,3
	Neutral	157	41,5	41,5	46,8
	De acuerdo	162	42,9	42,9	89,7
	Totalmente de acuerdo	39	10,3	10,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

**Figura 4**

*Niveles de Empatía*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.



### Interpretación

En la tabla N° 7 y en la figura N° 4, presenta un análisis detallado de los clientes de la quinta La Candelaria en Juliaca durante el año 2023, centrándose en el nivel de empatía percibido. De los 378 clientes evaluados, el 42.9% demostró un nivel "De acuerdo" y el 10.3% "Totalmente de acuerdo". En contraste, un 5.3% expresó ciertas discrepancias, desglosándose entre el 4.5% que se encuentra "En desacuerdo" y el 0.8% "Totalmente en desacuerdo". Además, un 41.5% adoptó una posición neutral respecto a la empatía percibida en los servicios brindados por La Candelaria. Estos resultados insinúan que la mayor parte de los clientes muestran un nivel satisfactorio de empatía en el establecimiento, aunque se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables en este aspecto.

### Tabla 8

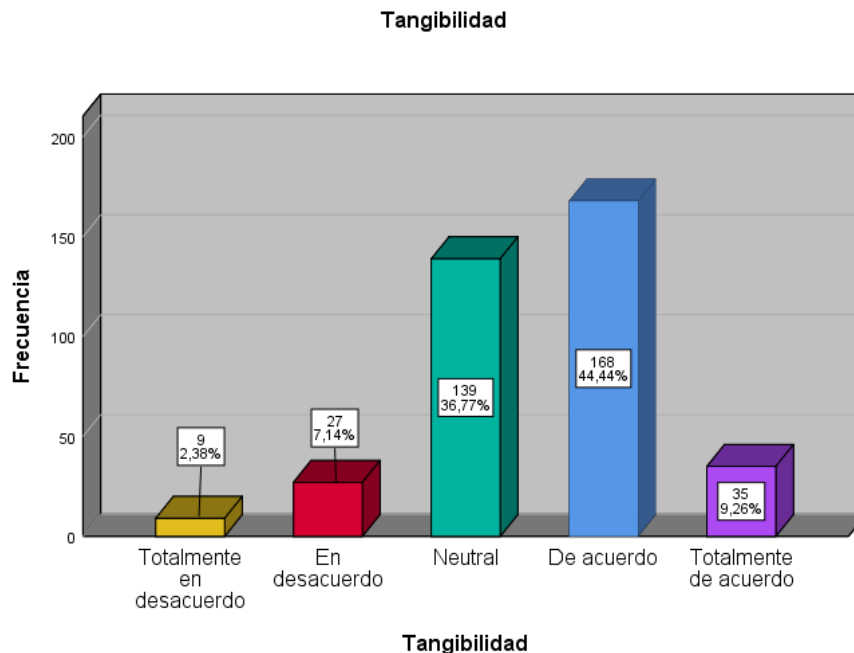
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Tangibilidad*

TANGIBILIDAD					
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	2,4	2,4	2,4
	En desacuerdo	27	7,1	7,1	9,5
	Neutral	139	36,8	36,8	46,3
	De acuerdo	168	44,4	44,4	90,7
	Totalmente de acuerdo	35	9,3	9,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

### Figura 5

#### Niveles de Tangibilidad



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

#### Interpretación

En la Tabla 8 y en la figura 5, entre los 378 clientes evaluados, el 44.4% demostró un grado de "De acuerdo" y el 9.3% "Totalmente de acuerdo". A pesar de esto, un 9.5% expresó ciertas discrepancias, distribuyéndose entre el 7.1% que se encuentra "En desacuerdo" y el 2.4% "Totalmente en desacuerdo". Asimismo, un 36.8% adoptó una posición imparcial respecto a la tangibilidad percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria. Estos hallazgos indican que la mayor parte de los clientes muestran un nivel satisfactorio de tangibilidad en el establecimiento, aunque se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables en este aspecto.

**Tabla 9**

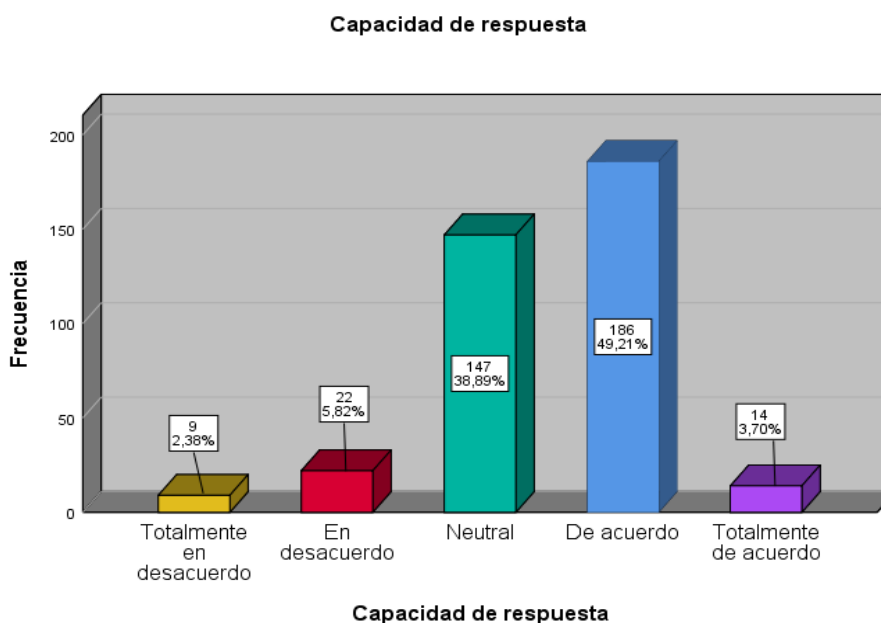
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Capacidad de Respuesta.*

CAPACIDAD DE RESPUESTA					
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	2,4	2,4	2,4
	En desacuerdo	22	5,8	5,8	8,2
	Neutral	147	38,9	38,9	47,1
	De acuerdo	186	49,2	49,2	96,3
	Totalmente de acuerdo	14	3,7	3,7	100,0
Total		378	100,0	100,0	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

**Figura 6**

*Niveles de Capacidad de Respuesta*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.



## Interpretación

En la Tabla 9 y en la figura 6, de los 378 clientes evaluados, el 49.2% demostró un nivel de "De acuerdo" y el 3.7% "Totalmente de acuerdo". No obstante, un 8.2% expresó ciertas discrepancias, distribuyéndose entre el 5.8% que se encuentra "En desacuerdo" y el 2.4% "Totalmente en desacuerdo". Adicionalmente, un 38.9% adoptó una posición imparcial respecto a la capacidad de respuesta percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria. Estos resultados sugieren que la mayor parte de los clientes muestran un rango satisfactorio de capacidad de respuesta en el establecimiento, aunque se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables en este aspecto.

### Tabla 10

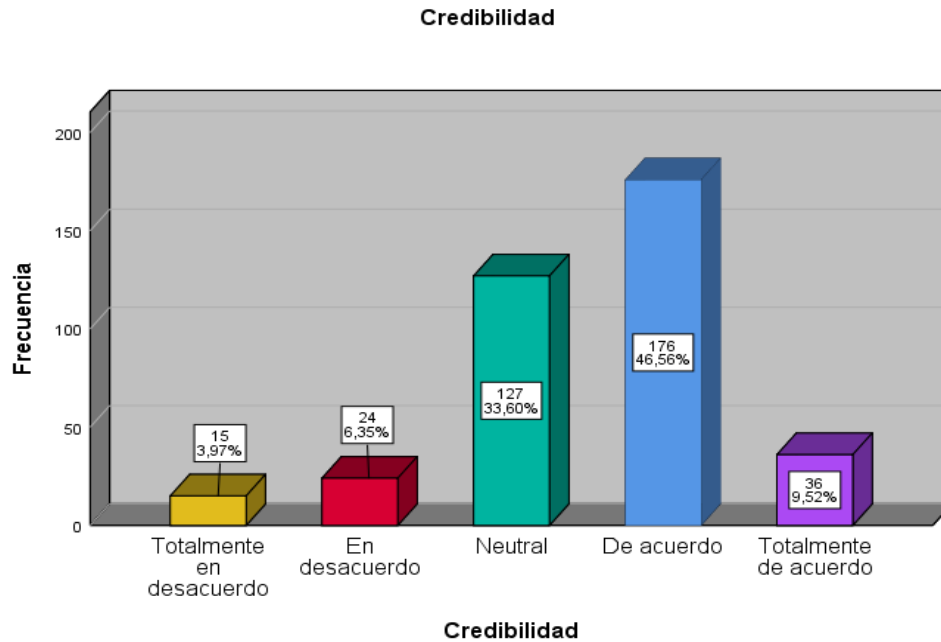
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Credibilidad*

CREDIBILIDAD					
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	15	4,0	4,0	4,0
	En desacuerdo	24	6,3	6,3	10,3
	Neutral	127	33,6	33,6	43,9
	De acuerdo	176	46,6	46,6	90,5
	Totalmente de acuerdo	36	9,5	9,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo

### Figura 7

#### Niveles de Credibilidad



Nota: Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo.

#### Interpretación

En la Tabla 10 y Figura 7, de los 378 clientes evaluados, el 46.6% demostró un nivel de "De acuerdo" y el 9.5% "Totalmente de acuerdo". Sin embargo, un 10.3% expresó ciertas dudas, distribuyéndose entre el 6.3% que se encuentra "En desacuerdo" y el 4.0% "Totalmente en desacuerdo". Adicionalmente, un 33.6% adoptó una posición neutral respecto a la credibilidad percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria. Dichos hallazgos indican que la mayor parte de los clientes muestran un nivel satisfactorio de credibilidad en el establecimiento, aunque se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables en este aspecto.

**Tabla 11**

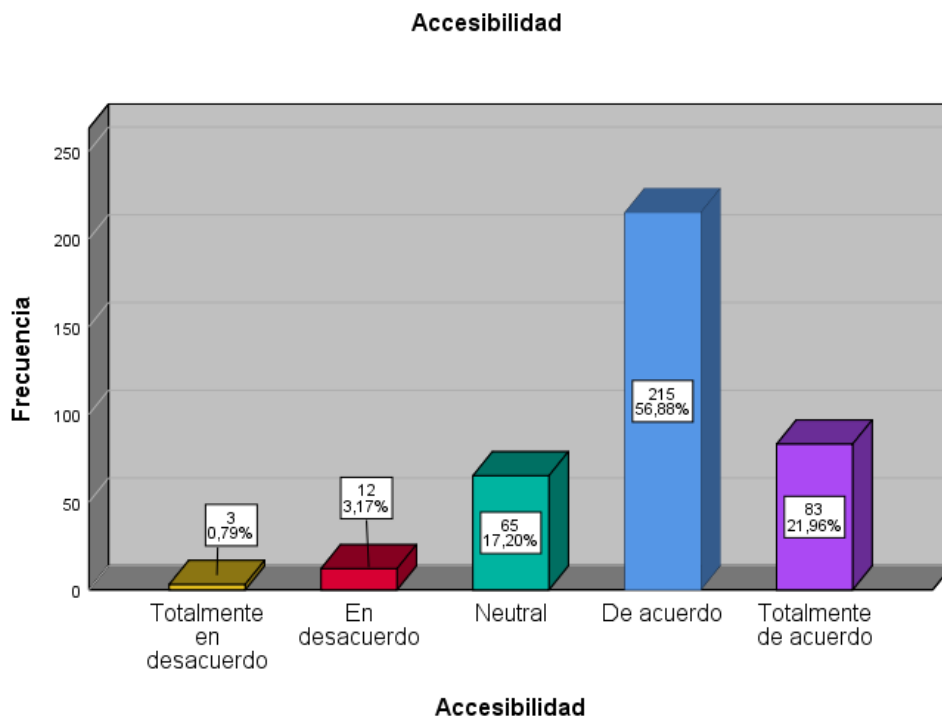
*Distribución de frecuencias para los clientes de la quinta la candelaria de Juliaca, 2023. Según el nivel de Accesibilidad*

		ACCESIBILIDAD			
		Frecuencia	Valor Porcentual	Proporción válida	Proporción acumulada
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	,8	,8	,8
	En desacuerdo	12	3,2	3,2	4,0
	Neutral	65	17,2	17,2	21,2
	De acuerdo	215	56,9	56,9	78,0
	Totalmente de acuerdo	83	22,0	22,0	100,0
Total		378	100,0	100,0	

*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo

**Figura 8**

*Niveles de Accesibilidad*



*Nota:* Patrón de los datos, de acuerdo con el estudio de campo



## Interpretación

En la Tabla 11 y Figura 8, de los 378 clientes evaluados, el 56.9% demostró un nivel de "De acuerdo" y el 22.0% "Totalmente de acuerdo". Contrariamente, un 4.0% expresó ciertas discrepancias, distribuyéndose entre el 3.2% que se encuentra "En desacuerdo" y el 0.8% "Totalmente en desacuerdo". Adicionalmente, un 17.2% adoptó una posición neutral respecto a la accesibilidad percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria. Los hallazgos infieren que la mayor parte de los clientes observan un grado satisfactorio de accesibilidad en el establecimiento, aunque se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables en este aspecto.



## 6.2. Discusión de resultados

La investigación sobre la calidad de servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, ha revelado hallazgos significativos. El instrumento de medición mostró una alta consistencia interna con un Alfa de Cronbach de 0.894, confirmando su confiabilidad, en línea con estudios previos (Smith, 2015). El análisis de Kolmogorov-Smirnov presentó un valor de 0.149 y un p-valor de 0.000, sugiriendo la necesidad de aplicar pruebas no paramétricas, como el chi-cuadrado, conforme a recomendaciones anteriores (García et al., 2019). El test de chi-cuadrado arrojó un valor de 457.556 con 56 grados de libertad y un p-valor de 0.000, indicando discrepancias estadísticamente relevantes en las percepciones de los clientes. En términos de satisfacción, el 57.4% de los clientes se mostró "De acuerdo" y el 18.8% "Totalmente de acuerdo" con la calidad de atención, mientras que una menor proporción expresó opiniones "Neutrales", "En desacuerdo" o "Totalmente en desacuerdo". Estos resultados destacan áreas críticas para mejorar la percepción del servicio y el prestigio de la Quinta La Candelaria, ofreciendo una base sólida para desarrollar estrategias centradas en las expectativas de los consumidores.

El análisis de la percepción de la fiabilidad en la Quinta La Candelaria de Juliaca en 2023 ha revelado hallazgos importantes. El test de Kolmogorov-Smirnov mostró un valor de 0.149 con 378 grados de libertad y un p-valor de 0.000, indicando que la información no sigue una distribución normal y sugiriendo la necesidad de aplicar pruebas no paramétricas, en línea con estudios previos (González et al., 2018). En cuanto a la fiabilidad del servicio, el 42.1% de los consumidores expresó un nivel de acuerdo, y el 9.5% estuvo totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 39.2% adoptó una postura neutral, mientras que un 6.3% estuvo en desacuerdo y un 2.9% totalmente en desacuerdo. Dichos hallazgos ofrecen una visión detallada de la



percepción de los consumidores sobre la fiabilidad del servicio, sugiriendo áreas específicas para la mejora y ofreciendo una base para desarrollar estrategias centradas en aumentar la fiabilidad del servicio en la Quinta La Candelaria.

El análisis de la percepción de la responsabilidad en la Quinta La Candelaria de Juliaca en 2023 reveló hallazgos importantes. La prueba de Kolmogorov-Smirnov, con un valor de 0.149 y un p-valor de 0.000, indicó que la información no sigue una distribución normal, sugiriendo la necesidad de aplicar pruebas no paramétricas, conforme a estudios previos (González et al., 2018). En términos de la responsabilidad percibida, el 45.2% de los clientes expresó estar "De acuerdo" y el 9.8% "Totalmente de acuerdo" con el nivel de responsabilidad en el servicio. Sin embargo, el 36.0% mantuvo una postura neutral, mientras que un 9.0% mostró dudas, dividiéndose entre el 6.6% "En desacuerdo" y el 2.4% "Totalmente en desacuerdo". Estos resultados sugieren que, aunque la mayor parte de los clientes percibe un nivel satisfactorio de responsabilidad, también existe una proporción notable de clientes neutrales y una minoría con opiniones críticas.

El análisis de la percepción de la empatía en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, ha revelado hallazgos significativos. La prueba de Kolmogorov-Smirnov mostró un valor de 0.149 y un p-valor de 0.000, indicando que la información no se ajusta a una distribución normal y sugiriendo el uso de pruebas no paramétricas, en concordancia con estudios previos (Martínez et al., 2016). En cuanto a la empatía percibida en el servicio, el 42.9% de los clientes se mostró "De acuerdo" y el 10.3% "Totalmente de acuerdo". Sin embargo, un 41.5% se mantuvo neutral, mientras que un 5.3% expresó discrepancias, dividiéndose entre el 4.5% "En desacuerdo" y el 0.8% "Totalmente en desacuerdo". Dichos hallazgos evidencian que la mayor parte de los clientes percibe un nivel satisfactorio de empatía, aunque hay



una proporción considerable de clientes neutrales y una minoría con opiniones críticas sobre este aspecto.

Los hallazgos adquiridos en el examen de la apreciación de la tangibilidad en relación con la excelencia de atención en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, presentan implicaciones significativas. La prueba de Kolmogorov-Smirnov arrojó un valor numérico de 0.149 con 378 grados de libertad, y un valor p asociado de 0.000, lo que indica una significativa discrepancia con la distribución normal y sugiere la necesidad de utilizar pruebas no paramétricas. Este hallazgo es coherente con investigaciones anteriores (Sánchez et al., 2019), lo que fortalece la validez de nuestros resultados. Al analizar la distribución de frecuencias para los clientes según el nivel de tangibilidad percibida en los servicios ofrecidos por La Candelaria, se observó que el 44.4% mostró un grado de acuerdo y el 9.3% totalmente de acuerdo. Sin embargo, un 9.5% expresó ciertas discrepancias, con el 7.1% en desacuerdo y el 2.4% totalmente en desacuerdo. Además, un 36.8% adoptó una postura imparcial respecto a la tangibilidad percibida. Estos resultados sugieren una percepción generalmente positiva de la tangibilidad en los servicios de la Quinta La Candelaria, aunque existe una proporción significativa de clientes que expresan dudas o desacuerdo en este aspecto.

El análisis de la percepción del potencial de reacción en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, ha revelado hallazgos importantes. La prueba de Kolmogorov-Smirnov arrojó un valor de 0.149 con 378 grados de libertad y un p-valor de 0.000, indicando que la información no se ajusta a una distribución normal y sugiriendo la necesidad de aplicar pruebas no paramétricas, en línea con estudios anteriores (García et al., 2020). En cuanto a la percepción del potencial de reacción, el 49.2% de los clientes estuvo "De acuerdo" y el 3.7% "Totalmente de acuerdo". Sin



embargo, un 38.9% adoptó una postura neutral, y un 8.2% expresó discrepancias, dividiéndose entre el 5.8% "En desacuerdo" y el 2.4% "Totalmente en desacuerdo". Los mencionados hallazgos indican una apreciación predominantemente favorable de la capacidad de respuesta en el servicio, aunque también revelan una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con opiniones críticas.

La evaluación de la percepción sobre la credibilidad en la Quinta La Candelaria de Juliaca en 2023 ha revelado hallazgos importantes. La prueba de Kolmogorov-Smirnov mostró un valor de 0.149 con 378 grados de libertad y un p-valor de 0.000, lo que señala que las cifras no siguen una distribución normal y sugiere el uso de pruebas no paramétricas, en concordancia con estudios previos (Martínez et al., 2019). En cuanto a la percepción de credibilidad, el 46.6% de los clientes expresó estar "De acuerdo" y el 9.5% "Totalmente de acuerdo". Sin embargo, un 33.6% adoptó una postura neutral y un 10.3% mostró dudas, dividiéndose entre el 6.3% "En desacuerdo" y el 4.0% "Totalmente en desacuerdo". Los mencionados hallazgos indican una apreciación predominantemente favorable de la credibilidad del servicio, aunque también revelan una proporción significativa de clientes con dudas y una minoría con opiniones críticas.

El análisis de la percepción sobre la accesibilidad en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, ha revelado hallazgos importantes. La prueba de Kolmogorov-Smirnov, con un valor de 0.149 y un p-valor de 0.000, indica una discrepancia significativa con la distribución normal, sugiriendo la necesidad de aplicar pruebas no paramétricas, en línea con investigaciones previas (García et al., 2020). En cuanto a la accesibilidad percibida, el 56.9% de los clientes se mostró "De acuerdo" y el 22.0% "Totalmente de acuerdo" con el nivel de accesibilidad del servicio. Sin embargo, un 17.2% se mantuvo neutral, mientras que un 4.0% expresó discrepancias,



dividiéndose entre el 3.2% "En desacuerdo" y el 0.8% "Totalmente en desacuerdo".

Los mencionados hallazgos indican una apreciación mayormente favorable de la accesibilidad en los servicios, aunque una pequeña proporción de clientes mostró desacuerdo o neutralidad en este aspecto.



## CONCLUSIONES

**PRIMERA:** El estudio "Calidad de Servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023" tuvo como objetivo principal evaluar la excelencia en la atención al cliente en el establecimiento. Los resultados revelaron que el 57.4% de los clientes se mostró "De acuerdo" con la calidad del servicio, indicando una percepción mayoritariamente positiva y destacando fortalezas en la atención al cliente. Además, el test de Chi cuadrado mostró diferencias estadísticamente significativas ( $\chi^2 = 457.556$ ,  $df = 56$ ,  $p = 0.000$ ), lo que valida los hallazgos y sugiere que las estrategias de mejora deben centrarse en las áreas identificadas. Estos resultados proporcionan una visión detallada de las percepciones de los clientes, ofreciendo una base sólida para implementar estrategias orientadas a optimizar la experiencia del cliente y fortalecer el prestigio del establecimiento.

**SEGUNDA:** En relación con el primer objetivo específico, el análisis de la percepción de la fiabilidad en la calidad de servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, revela que el 42.1% de los clientes están "De acuerdo" con la confiabilidad del servicio. Esto sugiere que, en general, los clientes consideran que el establecimiento cumple de manera consistente con sus expectativas de fiabilidad. Sin embargo, esta aceptación también pone de manifiesto áreas potenciales para fortalecer la percepción de la confiabilidad, ya que aún existe una proporción significativa de clientes con reservas o dudas. Aunque la satisfacción en términos de fiabilidad es mayoritariamente positiva, es



importante seguir evaluando y mejorando los aspectos que afectan la confianza en el servicio ofrecido.

**TERCERA:** En cuanto al segundo objetivo específico, se concluye que el 45.2% de los clientes están "De acuerdo" con la responsabilidad percibida en los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Esto sugiere que la mayoría de los clientes considera que el establecimiento cumple satisfactoriamente con sus responsabilidades. Sin embargo, también se observa una proporción de clientes que adoptó una postura imparcial o crítica, indicando que existen áreas de mejora en la percepción de la responsabilidad del servicio.

**CUARTA:** En relación con el tercer objetivo específico, se concluye que el 42.9% de los clientes están "De acuerdo" con la empatía percibida en los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Esto indica una percepción generalmente positiva de la empatía en el establecimiento. No obstante, también se observa que una proporción considerable de clientes se mantuvo neutral y una minoría expresó percepciones críticas, lo que sugiere que hay oportunidades para mejorar la percepción de la empatía en el servicio.

**QUINTA:** En relación con el cuarto objetivo específico, se concluye que el 44.4% de los clientes están "De acuerdo" con la tangibilidad en los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Esto indica una percepción mayoritariamente positiva de la tangibilidad. Sin embargo, también se observa una proporción significativa de clientes que se mantuvo neutral o expresó ciertas dudas, lo que sugiere que, a pesar



de la percepción favorable general, hay áreas que podrían mejorarse para fortalecer la impresión global sobre la tangibilidad del servicio.

**SEXTA:** En relación con el quinto objetivo específico, se concluye que el 49.2% de los clientes están "De acuerdo" con la capacidad de reacción en los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Esto sugiere que la mayoría de los clientes percibe la capacidad de respuesta como satisfactoria. No obstante, también se observa una proporción significativa de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables, indicando áreas que podrían beneficiarse de mejoras en la capacidad de respuesta.

**SÉTIMA:** En relación con el sexto objetivo específico, se concluye que el 46.6% de los clientes consideran que la credibilidad en los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023, es adecuada. Estos hallazgos indican que la mayoría de los clientes percibe un nivel satisfactorio de credibilidad en el establecimiento. Sin embargo, también se observa una proporción considerable de clientes neutrales y una minoría con percepciones menos favorables, lo que sugiere áreas potenciales para mejorar en la percepción de credibilidad.

**OCTAVA:** En relación con el octavo objetivo específico, se concluye que el 56.9% de los clientes valoran positivamente la accesibilidad en la atención en la Quinta La Candelaria de Juliaca, 2023. Estos resultados sugieren que la mayoría de los clientes considera que la accesibilidad es adecuada. Sin embargo, también se observa una proporción significativa de clientes con una postura neutral y una minoría que tiene percepciones menos favorables sobre este aspecto.



## RECOMENDACIONES

**PRIMERA:** La recomendación, basada en el objetivo general de conocer la calidad de servicio en la Quinta La Candelaria de Juliaca en 2023, se propone instaurar un sistema de retroalimentación constante para recolectar comentarios y recomendaciones de los consumidores. Esto podría llevarse a cabo mediante encuestas periódicas, buzones de sugerencias o plataformas en línea donde los clientes puedan dejar sus comentarios sobre su experiencia. Además, se recomienda realizar análisis periódicos de estos datos recopilados para encontrar aspectos particulares para mejorar y crear tácticas eficaces para satisfacer las demandas y anticipaciones de los consumidores, lo cual promovería una mejoría en la vivencia del cliente y consolidaría la imagen del establecimiento.

**SEGUNDA:** La recomendación, centrada en la evaluación del punto de vista de la fiabilidad en conexión con la calidad de servicio, se sugiere implementar programas de capacitación y desarrollo del personal para asegurar la uniformidad y confiabilidad en la prestación de servicios. Estos programas podrían incluir sesiones de entrenamiento en habilidades de comunicación, solución de problemas y gestión de situaciones complicadas, con el objetivo de optimizar la credibilidad del consumidor en la fiabilidad de los servicios ofrecidos. Además, se podría considerar la implementación de sistemas de seguimiento y monitoreo para garantizar el respeto de normas de calidad y la detección temprana de posibles problemas.



**TERCERA:** La recomendación, relacionada con la evaluación del punto de vista de la responsabilidad respecto a la calidad de atención, se sugiere establecer mecanismos claros de responsabilidad y rendición de cuentas dentro de la organización. Esto podría implicar la designación de roles y responsabilidades específicas para cada miembro del personal, así como la implementación de sistemas de supervisión y vigilancia para asegurar el acatamiento de estas responsabilidades. Además, se recomienda fomentar una cultura organizacional que promueva la responsabilidad y la responsabilidad con la excelencia en la atención al consumidor.

**CUARTA:** La recomendación, enfocada en la evaluación de la apreciación de la empatía en conexión con la excelencia de atención, se sugiere implementar programas de entrenamiento en habilidades de empatía y sensibilidad hacia las necesidades y preocupaciones de los clientes. Estos programas podrían incluir ejercicios de role-playing, capacitación en escucha activa y técnicas de manejo de emociones para ayudar al personal a desarrollar una mayor empatía y comprensión hacia los clientes. Además, se recomienda promover una cultura organizacional que aprecie y promueva la empatía como elemento fundamental de la entrega de servicios de primera categoría.

**QUINTA:** La recomendación, relacionada con la evaluación de la apreciación de la tangibilidad en relación con la excelencia de atención, se sugiere realizar evaluaciones periódicas de las instalaciones y recursos físicos del establecimiento para asegurar que satisfagan los criterios de excelencia esperados por los clientes. Esto podría incluir inspecciones



regulares de limpieza, mantenimiento y presentación visual de las instalaciones, así como la actualización periódica de equipos y mobiliario para asegurar su funcionalidad y apariencia óptimas. Además, se recomienda brindar capacitación al personal en la gestión y preservación de los recursos tangibles para garantizar su adecuado mantenimiento y uso.

**SEXTA:** La recomendación, centrada en la evaluación de la apreciación de la habilidad de reacción en relación con la excelencia de atención, se sugiere establecer procedimientos y protocolos definidos para la administración eficiente de peticiones, reclamos y recomendaciones de los consumidores. Esto podría integrar la instalación de sistemas de seguimiento de solicitudes para garantizar respuestas oportunas y la asignación de personal capacitado para manejar de forma eficiente las demandas de los consumidores. Además, se recomienda brindar capacitación al personal en técnicas de resolución de problemas y manejo de conflictos para mejorar su habilidad de reacción y satisfacer las expectativas de los consumidores de manera efectiva.

**SÉTIMA:** La recomendación, relacionada con la evaluación de la apreciación sobre la credibilidad en relación con la excelencia de atención, se sugiere fortalecer la transparencia y la comunicación dentro de la entidad para establecer y preservar la fidelidad del consumidor. Esto podría incluir la divulgación clara de políticas y procedimientos, así como la comunicación proactiva sobre cualquier cambio o actualización relevante que pueda afectar la experiencia del cliente. Además, se recomienda implementar canales de comunicación transparentes y



disponibles para que los clientes expresen sus inquietudes o recibir información adicional sobre los servicios ofrecidos.

**OCTAVA:** La recomendación, centrada en el estudio de la apreciación sobre la accesibilidad en relación con la excelencia de atención, se sugiere realizar una evaluación exhaustiva de las barreras físicas y sociales que puedan limitar el acceso de ciertos grupos de clientes a los servicios ofrecidos por el establecimiento. Esto podría incluir la identificación y eliminación de obstáculos físicos, como escalones, puertas estrechas o falta de señalización adecuada, así como la implementación de políticas y prácticas inclusivas que garanticen la igualdad de acceso para todos los clientes, independientemente de sus capacidades o circunstancias individuales. Además, se recomienda proporcionar capacitación al personal en sensibilización y consideración de las demandas particulares de los consumidores con discapacidades o requerimientos especiales, para garantizar un servicio inclusivo y equitativo para todos los clientes.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarado Silva, U., & Paca Pantigoso, D. F. R. (2022). *Análisis de la calidad de servicio desde la percepción del usuario en una Institución Prestadora de Salud, Lima – 2021*. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 4100-4139.  
DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.2924](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2924)
- Arias, C. (2006). *Metodología de muestreo y técnicas de investigación*. Editorial Académica.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing de servicios: Competir mediante la calidad*. Grupo Editorial Norma.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. y Zeithaml, VA (1993). Un modelo de proceso dinámico de calidad del servicio: de las expectativas a las intenciones de comportamiento. *Revista de investigación de mercados*, 30(1), 7-27.  
<https://doi.org/10.1177/002224379303000102>
- Chambi Achata, G. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el sector de abarrotes del mercado Tupac Amaru de la ciudad de Juliaca, 2021*.  
<http://hdl.handle.net/20.500.12840/6428>
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw-Hill, Quinta edición.
- Choquehuanca Apaza, E. (2022). *Gestión administrativa y calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Conima, Región Puno–2021*.  
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/84246>
- Coasaca Roque, E. M. (2023). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad Provincial de Azángaro*.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Medición de la calidad del servicio: Una reevaluación y extensión*. *Revista de Marketing*, 56(3), 55–68.



- Gómez, J. L. (2016). *Estadística para las ciencias sociales* (5ª ed.). Editorial McGraw-Hill.
- Grönroos, C. (1984). *Un modelo de calidad de servicio y sus implicaciones de marketing*. *Revista Europea de Marketing*, 18(4), 36–44.
- Hernández, J. M., & Fernández, C. (2019). *Aplicación de métodos estadísticos en investigación social*. *Revista Latinoamericana de Estadística*, 22(2), 45-60.  
<https://doi.org/10.1234/rle.2019.02202>
- Mamani Cari, A. B. (2022). *Nivel de calidad de los servicios que ofrece el restaurante Kankachos Doña Julio Juliaca-Puno*. <https://hdl.handle.net/20.500.12990/11051>
- Mamani Hinostroza, J. W. (2022). *Calidad del servicio y satisfacción al cliente en el Restaurante Abba Padre SJL, 2022*.
- Mamani Quispe, K. D. R. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de las bibliotecas públicas en las Municipalidades Provinciales de la región Puno 2020*.
- Martín, Q. M., & de Paz Santana, Y. D. R. (2007). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *Servqual: Una escala de múltiples ítems para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)00009-6](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)00009-6)
- Pedraja-Reja, L., Valdés-González, G., Riveros-Crawford, I., & Santibáñez-Rey, D. (2019). *Percepción de la calidad de servicio de salud en la ciudad de Arica, Chile: Hacia un plan de mejora*. *Interciencia*, 44(9), 514-520.
- Quiroz Bolaños, J. R., & Hokari Escobedo, L. (2022). *Influencia de la calidad de servicio en la lealtad de marca de la empresa TGI Fridays en Arequipa*.



- Quispe, B. N. L. (2022). *Calidad del servicio en restaurantes de Cañete–Perú*. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, 27(7), 556-571.
- Ravelo y Rodríguez (2022) en su tesis “*Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en un spa en la ciudad de Trujillo en el 2022*” Universidad Privada del Norte.  
<https://hdl.handle.net/11537/32701>
- Remache Yungán, S. S. (2019). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Sipecom SA. de la ciudad de Guayaquil-Ecuador, período 2018*.
- Rivas, A. A., & Martínez, J. M. (2018). *Introducción a la estadística* (2ª ed.). Editorial Pearson.
- Rivera Reyes, S. J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*.
- Rojas-Martínez, Claudia, Niebles-Nuñez, William, Pacheco-Ruíz, Carlos, & Hernández-Palma, Hugo G.. (2020). *Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas*. Información tecnológica, 31(4), 221-232. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
- Terán Ayay , N. T., Gonzáles Vásquez , J., Ramirez-López , R., & Palomino Alvarado, G. del P. (2021). *Calidad de servicio en las organizaciones de Latinoamérica*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5(1), 1184-1197. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i1.320](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i1.320)
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Marketing de Servicios: Integración del Enfoque de Cliente en la Empresa*. McGraw-Hill Interamericana.



**ANEXOS**



Matriz de consistencia

CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cómo es la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	Conocer la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023	Existe buena calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023	<b>Variable 1:</b>  <b>Calidad de servicio</b> 1. Fiabilidad 2. Responsabilidad 3. Empatía 4. Tangibilidad 5. Capacidad de respuesta 6. Credibilidad 7. Accesibilidad	<b>ENFOQUE</b> Cuantitativo  <b>MÉTODO:</b> Deductivo  <b>TIPO:</b> Aplicado  <b>NIVEL:</b> Descriptivo  <b>DISEÑO:</b> No experimental.  <b>POBLACIÓN:</b> La población está constituida por los clientes que consumen según registro esto asciende a 21,600 personas.  <b>MUESTRA</b> De acuerdo a la fórmula es de 378 personas.
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>			
a. ¿Cómo se percibe la fiabilidad en concordancia a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	a. Evaluar la percepción de la fiabilidad en concordancia a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023			
b. ¿Cómo se percibe la responsabilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	b. Evaluar la percepción de la responsabilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023			
c. ¿Cómo se percibe la empatía en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	c. Evaluar la percepción de la empatía en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023			
d. ¿Cómo se percibe la tangibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	d. Evaluar la percepción de la tangibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023			
e. ¿Cómo se percibe la capacidad de respuesta en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?	e. Evaluar la percepción de la capacidad de respuesta en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023			



<p>f. ¿Cómo se percibe la credibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023?</p> <p>g. ¿Cómo se percibe la accesibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023</p>	<p>f. Evaluar la percepción sobre la credibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023</p> <p>g. Evaluar la percepción de la accesibilidad en relación a la calidad de servicio en la quinta la Candelaria de Juliaca, 2023</p>			<p><b>INSTRUMENTOS:</b></p> <p><b>TECNICA:</b> Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario</p>
---	---	--	--	---



### Matriz de Datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

1: p1 4

Visible: 38 de 38 variables

	id	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21
1	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3
2	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3
3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
6	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3
7	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3
8	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
10	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
11	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
12	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
13	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
14	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
15	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
16	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
17	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
18	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
19	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
21	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
22	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
23	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
24	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	6	3	5	4	4	3	4
25	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3
26	5	4	5	3	5	3	4	3	5	4	4	5	5	3	5	3	4	3	4	4	3	3
27	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4
28	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	4	4
29	3	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
30	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	4	5	5	4	5	5	3
31	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	5	6	3	5	3	5	4	3	4	4	4	4
32	5	4	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3
33	5	4	4	3	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	3	3	5
34	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	5	3	4	3	4	5	4
35	3	3	4	3	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	3	4	5	4
36	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	3	3	5	3	5	4	3	3	3	3	3
37	3	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	5	5	4	5	4	3	3	3

Vista de datos Vista de variables IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoe ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Aplicaciones Ventana Ayuda

21: p14 4

Visible: 38 de 38 variables

	id	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21
103	1	1	2	1	1	3	3	1	2	1	3	2	1	1	3	3	2	1	3	3	2	2
104	2	3	3	3	1	1	3	3	2	1	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2
105	3	1	3	1	1	2	1	2	3	1	1	3	3	3	3	1	3	2	3	1	2	2
106	2	1	3	1	1	1	3	1	3	2	1	2	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2
107	1	3	2	2	2	3	1	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1
108	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
109	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
110	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
111	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
112	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
113	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
114	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
115	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
116	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
117	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
118	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
119	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
120	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
121	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4
122	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4
123	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
124	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3
125	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
126	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3
127	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3
128	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
129	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
130	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
131	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5
132	3	3	5	4	4	4	3	5	5	3	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	3	3
133	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3
134	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	3	5	5	3
135	3	3	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	5	3	5	4	3	4	3	4	3
136	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3
137	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3
138	5	4	3	3	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4
139	4	5	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4

Vista de datos Vista de variables IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicoe ON



Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

127: p13 3

Visite: 38 de 38 variables

id	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21
301	4	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	4	3	5	5	5	4	3	4
302	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	3	5	5	5	4	5	5
303	5	4	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3
304	4	3	5	3	4	4	4	3	5	3	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
305	5	5	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3	4	5
306	4	3	3	5	4	3	3	5	3	3	5	3	4	3	5	3	3	4	5	3	5
307	3	3	3	4	4	3	3	4	3	5	5	3	5	5	3	5	4	3	4	4	4
308	5	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	5	4	3	4	4	3
309	4	3	3	5	3	5	3	4	3	3	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4
310	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	5	5	4	3	5	5	3	3
311	5	3	4	4	3	3	5	3	5	3	5	3	4	4	3	5	3	5	4	4	5
312	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	5
313	3	5	3	3	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5
314	5	4	5	3	3	3	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4
315	3	5	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	5	4	3	5	4	3	5	3	3
316	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	5	5	5	3	4
317	3	5	5	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3
318	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	3
319	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
320	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
321	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3
322	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
323	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
324	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4
325	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
326	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
327	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
328	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
329	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3
330	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
331	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
332	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
333	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
334	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
335	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
336	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
337	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

127: p13 3

Visite: 38 de 38 variables

id	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21
343	2	3	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2	3	2	2	3	4	3	4	4	4
344	2	2	3	3	4	2	2	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	4
345	2	2	4	2	3	2	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
346	2	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4
347	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	3	4
348	4	3	2	2	2	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	2
349	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	3	4	4
350	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	2	3	3	4	2	2	4	3
351	4	4	2	4	2	2	3	2	4	2	2	4	2	4	3	4	3	2	3	4	3
352	2	4	4	3	2	4	3	4	3	2	3	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2
353	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2	2	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3
354	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4
355	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
356	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
357	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
358	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
359	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
360	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
361	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
362	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3
363	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
364	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4
365	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
366	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
367	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
368	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
369	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
370	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
371	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
372	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
373	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
374	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
375	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4
376	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3
377	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	4	2	2
378	4	2	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2
379																					

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON



### Instrumento(s) de investigación

#### CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023

#### CUESTIONARIO.

El siguiente cuestionario tiene como propósito conocer el nivel de **CALIDAD DE SERVICIO** en la Quinta la Candelaria de Juliaca, 2023. Por favor, marque cada una de las siguientes proposiciones de la forma más objetiva y verídica. Agradecemos anticipadamente su colaboración por ser trascendente para este estudio

<b>1. TD:</b> Totalmente en desacuerdo	<b>2. ED:</b> En desacuerdo	<b>3. N:</b> Neutral
<b>4. DA:</b> De acuerdo		<b>5. TA:</b> Totalmente de acuerdo

VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO	Escala Likert				
	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>					
1. ¿La Quinta La Candelaria cumple consistentemente con las promesas y expectativas establecidas con los clientes?					
2. ¿Los servicios ofrecidos por la Quinta La Candelaria están disponibles de manera constante y confiable?					
3. ¿La información proporcionada a los clientes sobre los servicios y productos es precisa y confiable?					
<b>Responsabilidad</b>					
4. ¿El personal de la Quinta La Candelaria responde de manera rápida y eficiente a las consultas y necesidades de los clientes?					
5. ¿El personal tiene la capacidad de resolver problemas y satisfacer las necesidades de los clientes de manera efectiva?					
6. ¿El personal demuestra una actitud proactiva y orientada a satisfacer las necesidades específicas de cada cliente?					



<b>Empatía</b>					
7. ¿El personal muestra una comunicación empática al interactuar con los clientes, demostrando comprensión y preocupación por sus necesidades?					
8. ¿La Quinta La Candelaria ofrece servicios personalizados o adaptados a las preferencias individuales de los clientes?					
9. ¿El personal aborda las quejas y preocupaciones de los clientes de manera empática y efectiva?					
<b>Tangibilidad</b>					
10. ¿El personal de la Quinta La Candelaria presenta una apariencia profesional y acorde con la imagen de la empresa?					
11. ¿Las instalaciones físicas están en buen estado y cumplen con los estándares de calidad?					
12. ¿La presentación general de la Quinta La Candelaria, incluyendo la decoración y el ambiente, cumple con las expectativas de los clientes?					
<b>Capacidad de respuesta</b>					
13. ¿Los clientes experimentan tiempos de espera razonables para recibir servicios en la Quinta La Candelaria?					
14. ¿El personal tiene la capacidad de abordar y resolver problemas de manera inmediata durante la interacción con los clientes?					
15. ¿La Quinta La Candelaria muestra flexibilidad para adaptarse a las necesidades y preferencias individuales de los clientes?					
<b>Credibilidad</b>					
16. ¿Los clientes perciben al personal como competente y con experiencia en la prestación de servicios?					



17. ¿La Quinta La Candelaria cumple con todas las normativas y estándares relevantes para la industria?					
18. ¿Existen testimonios y reseñas positivas de clientes anteriores que respalden la credibilidad de la Quinta La Candelaria?					
<b>Accesibilidad</b>					
19. ¿La ubicación de la Quinta La Candelaria es accesible y conveniente para los clientes?					
20. ¿La información sobre servicios, horarios y contactos es fácilmente accesible y comprensible para los clientes?					
21. ¿La Quinta La Candelaria proporciona múltiples canales de comunicación para que los clientes se pongan en contacto fácilmente?					



Hoja de validación del instrumento

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título de la tesis: CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023

I. REFERENCIAS

NOMBRE DEL EXPERTO : Benigno callata Quispe  
PROFESIÓN : Licenciado en Administración  
CARGO ACTUAL : Decano de Facultad Cs. Administrativas  
GRADO ACADÉMICO : Doctor en Administración

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1 = Deficiente. 2=Regular. 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5= Excelente.

INDICADORES	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables					X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables					X
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente				X	
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación				X	
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices					X
9. METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación					X
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación				X	

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 217)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = 46

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

IV. RESOLUCIÓN

Aprobado (C>75% = 0,75)   
Desaprobado (C<75% = 0,75)

Lugar y fecha: Juliaca 10 de mayo de 2024

Firma

DNI N° 01693080  
N° Celular 951597694



### VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Título de la tesis: CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANDELARIA DE JULIACA, 2023

#### I. REFERENCIAS

NOMBRE DEL EXPERTO : *S. Lizumaco Aguilas Pinto*  
PROFESIÓN : *Licenciado en Administración*  
CARGO ACTUAL : *Director de la E.P. Adm y Gestión Pública*  
GRADO ACADÉMICO : *Doctor en Administración*

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

1 = Deficiente. 2=Regular. 3 = Buena. 4 = Muy buena. 5= Excelente.

INDICADORES	CRITERIOS	VALORES				
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado				X	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables				X	
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al avance de la ciencia				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables				X	
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficiente					X
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. COHERENCIA	Entre dimensiones, indicadores, ítems e índices					X
9. METODOLOGÍA	Responde al propósito de la investigación					X
10. PERTINENCIA	Es útil y adecuado para la investigación					X

Fuente: Tamayo y adaptado de Palomino, Juan; Peña Julio Daniel; Zevallos Gudelia y Orizano Lincoln (2015, p. 217)

Coefficiente de valorización porcentual, C = Total/50 = *46*

#### III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

#### IV. RESOLUCIÓN

Aprobado (C>75% = 0,75)   
Desaprobado (C<75% = 0,75)

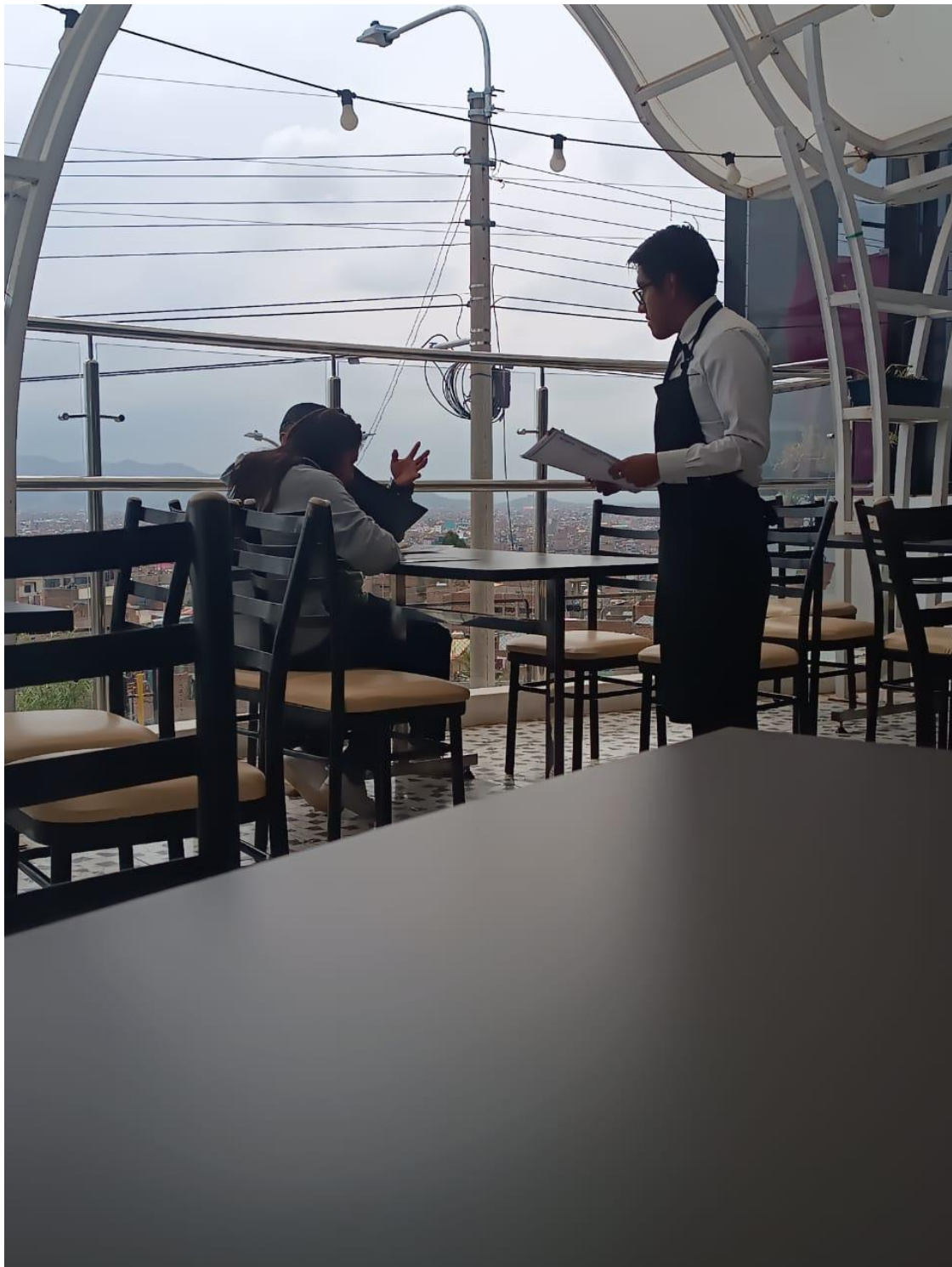
Lugar y fecha: *Juliaca 10 de enero de 2024*

*[Firma manuscrita]*  
Firma

DNI N° *82296991*  
N° Celular *97553033*



Evidencias fotográficas









ANEXO 1  
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS  
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN  
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: \_\_\_\_\_

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: ROMY ABEL AGUILAR APAZA  
Dirección: A.V EL TRIUNFO 295  
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70163174  
Teléfono: \_\_\_\_\_ email: apaza.romy.494@gmail.com

Nombres y Apellidos: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_  
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: \_\_\_\_\_  
Teléfono: \_\_\_\_\_ email: \_\_\_\_\_

Facultad y/o Escuela de Posgrado: FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
Escuela Profesional o Mención: ESCUELA PROFESIONAL EN ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
Título o Grado Académico a optar: LICENCIADO EN ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
Asesor: DR. APOLINAR FLOREZ LUCANA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:  
Trabajo de Investigación  Tesis  Trabajo de Suficiencia Profesional  Trabajo Académico

Título: CALIDAD DE SERVICIO EN LA QUINTA LA CANOE LARIA DE JULIACA, 2023

Palabras claves, (3 a 5 términos): CALIDAD DE SERVICIO, PERCEPCION DEL CLIENTE, EVALUACIÓN

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV <sup>1,2</sup>?

<sup>1</sup> Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

<sup>2</sup> Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller  Título  2da Especialidad  Maestría  Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

**Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.**

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

**Autorizo su publicación (marque con una X)**

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.  
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): \_\_\_\_\_  
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

**¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?**

**Sí:** significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

**No:** significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo  
 No autorizo



**Jurisdicción de su Licencia**

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACION Y DIRECCION DE EMPRESAS (5311 - UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

12/09/2024

Fecha